

Министерство образования и науки РФ  
ФГБОУ ВО «Уральский государственный педагогический университет»  
Институт социального образования  
Факультет социологии  
Кафедра социологии и политологии

**Молодежь как объект и субъект политических технологий в  
виртуальных социальных сетях**  
Выпускная квалификационная работа

Нормоконтроль пройден.

« \_\_\_\_ » \_\_\_\_\_ 2017 г.

Нормоконтролер \_\_\_\_\_

Исполнитель:

Студентка группы № БП-42  
дневного отделения

Ожегова Виктория Николаевна

Допущена к защите

« \_\_\_\_ » \_\_\_\_\_ 2017 г.

Зав. кафедрой \_\_\_\_\_

Научный руководитель:

Кандидат фил. н., доцент  
кафедры Социологии и  
Политологии УрГПУ

Арапова Марина Андреевна

## **СОДЕРЖАНИЕ**

ВВЕДЕНИЕ.....	3
ГЛАВА 1. ТЕОРЕТИКО-МЕТОДОЛОГИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ ИССЛЕДОВАНИЯ МОЛОДЕЖИ И ПОЛИТИЧЕСКИХ ТЕХНОЛОГИЙ В ВИРТУАЛЬНЫХ СОЦИАЛЬНЫХ СЕТЯХ.....	8
1.1. Особенности социологического анализа молодежи.....	8
1.2. Методологические подходы к определению политических технологий.....	15
1.3. Социологические подходы к изучению виртуальных социальных сетей.....	21
1.4. Особенности и основные политические технологии в виртуальных социальных сетях.....	26
ГЛАВА 2. ПОЛИТИЧЕСКИЕ ТЕХНОЛОГИИ В ВИРТУАЛЬНЫХ СОЦИАЛЬНЫХ СЕТЯХ: ИТОГИ ЭМПИРИЧЕСКОГО ИССЛЕДОВАНИЯ ПОЛИТИЧЕСКИХ СООБЩЕСТВ В ВИРТУАЛЬНОЙ СОЦИАЛЬНОЙ СЕТИ «ВКОНТАКТЕ».....	37
2.1. Особенности анализа политических технологий в социальных сетях с помощью интервью и традиционного анализа.....	37
2.2. Анализ сообществ в виртуальной социальной сети «ВКонтакте» посредством интервью и традиционного анализа.....	42
2.3. Результаты эмпирического исследования политических сообществ в виртуальной социальной сети «ВКонтакте».....	59
ЗАКЛЮЧЕНИЕ.....	69
СПИСОК ИСПОЛЬЗУЕМЫХ ИСТОЧНИКОВ .....	74
ПРИЛОЖЕНИЯ.....	81
Приложение 1.....	81
Приложение 2.....	87

## **ВВЕДЕНИЕ**

Глобальная сеть интернет тесно вошла в повседневную жизнь общества. Число социальных сетей и сервисов, предназначенных для политических дебатов и политической сферы в целом, быстро растет. Социальные сети выполняют одну из важнейших для общества функций – коммуникативную. Стремление к общению консолидирует широкую аудиторию на определенном ресурсе. В связи с большим объемом вовлеченных пользователей в социальные сети политические технологии стремительно переходят за молодежью в интернет.

### **Актуальность темы исследования.**

Виртуальные социальные сети появились в России, сравнительно недавно. Например, социальная сеть «ВКонтакте» появилась в 2007 году, на сегодняшний день сайт ежедневного посещают 70 миллионов пользователей. Виртуальные социальные сети – среда массовой коммуникации молодежи, что порождает запрос на использование их в политических целях для работы с молодежной аудиторией. Стоит отметить, что в последнее время государство активизировало свою работу с молодежью, через виртуальные социальные сети. Доказательством тому выступают, прошедшие 22 мая 2017 года парламентские слушания «О молодежной политике в Российской Федерации» и появление официальных аккаунтов Государственной Думы РФ во всех социальных сетях.

Однако, политические технологии, которые применяются в социальных сетях для работы с молодежью, до конца не ясны. На данный момент существует уже много примеров, когда социальные сети были главенствующим фактором политических событий: революция в Египте, по одной из версий, была организована через социальную сеть – Facebook. Акция молчаливого протеста в Белоруссии, вызванная недовольством части населения действиями руководства страны, приведшими к финансовому кризису, девальвации белорусского рубля и резкому скачку цен, так же берет свое начало в социальных сетях ВКонтакте и Facebook. Так же стоит отметить,

что современная российская политическая элита начала активную деятельность в виртуальных социальных сетях. В. В. Путин на пленарном заседании Петербургского международного экономического форума сказал о важности работы в виртуальных социальных сетях. На сегодняшний день планируется создание должности советника при президенте РФ по социальным сетям и комиссия блогеров в Государственной Думе РФ.

Таким образом, мы видим практические результаты применения политических технологий, однако, глубоких теоретических исследований этих феноменов еще явно недостаточно.

Молодежь явно поддается влиянию политических технологий, в том числе в виртуальных социальных сетях. К примеру, на митинги Алексея Навального 26 марта вышла молодежь, мобилизованная через виртуальные социальные сети. Молодые люди активно выражали свою позицию и не боялись наказания за несанкционированные митинги. Так же мы можем привести в пример опыт мобилизации молодежи через социальные сети на Украине, в Ливии, Египте. Однозначно, мы можем говорить, что реакция молодежи в виртуальных социальных сетях есть, но не на все технологии. На данный момент до конца непонятно, почему на какие-то технологии реакция есть, а на какие-то нет.

Стоит отметить, что на сегодняшний день молодежь выступает субъектов политических технологий. Именно молодежь создает и распространяет политические технологии в виртуальных социальных сетях, поэтому эффективное создание и распространение данных технологий невозможно без активного взаимодействия с активными пользователями данных сетей.

В совокупности это порождает исследовательский запрос на установление политических технологий, применение которых в социальных сетях приводит к наиболее эффективному воздействию на молодежь.

**Цель исследования:** показать молодежь как объект и субъект политических технологий.

### **Задачи исследования:**

- изучить подходы к определению понятия «молодежь»;
- определить роль молодежи в политических технологиях в виртуальной социальной сети «ВКонтакте»;
- уточнить теоретико-методологические основы определения феномена политических технологий;
- определить специфику анализа виртуальных социальных сетей;
- выявить особенности применения политических технологий в виртуальных социальных сетях;
- определить политические технологии, которые вызывают реакцию молодежи в виртуальных социальных сетях;
- определить субъектные и объектные особенности воздействия работы политических технологий, применяемых в данных сетях.

**Объект исследования:** молодежь как объект и субъект политических технологий в виртуальных социальных сетях.

**Предмет исследования:** особенности взаимовлияния политических технологий на молодежь в виртуальной социальной сети «ВКонтакте».

### **Теоретическое основание работы.**

Можно выделить несколько групп научных источников, которые непосредственно относятся к теме работы. Во-первых, наше исследование посвящено изучению молодежи, поэтому существует необходимость рассмотреть основные социологические подходы к трактовке термина «молодежь». Стоит отметить огромный вклад в изучение феномена молодежи Ю. Р. Вишневский и В. Т. Шапко, именно благодаря им мы в своей работе уходим от возрастных границ молодежи. Важный вклад в исследование молодежи внесли последователи психоаналитической школы (Р. Бенедикт, Л. Фойер, Э. Эриксон, И. С. Кон и другие); структурно-функционального подхода (М. Н. Руткевич, М. К. Горшков и Ф. Э. Шереги, Л. Я. Рубина и другие) и культурологического (М. Мид, К. Мангейм, В. Т. Лисовский). Стоит

отметить, что исследования молодежи были актуальны во все времена, еще в античности зарождаются основные взгляды на молодежь.

Во-вторых, исследование политических технологий невозможно без понимания сущности политических технологий. Серьезные разработки в области практического применения политических технологий, в том числе и в региональном аспекте, проделаны зарубежными и отечественными политологами: Ф. Гоулдом, А.И.Соловьевым, А.И. Ковлером, Ю.А. Ермаковым, В.Б. Житеневым, С. Фаером, М.Г.Анохиным, Е. Малкиным и рядом других.

В-третьих, исследование политических технологий в виртуальных сетях невозможно без понимания сущности и особенностей данных сетей. Вопросом социальных сетей занимались Дж. Барнс, Г. Зиммель, Д. Морено и ряд других авторов. Виртуальные социальные сети мало изучены, но важные наработки есть у М. Кастельса, А. Барда и Я. Зодерквиста, Г. Рейнгольда.

Все вышеперечисленные авторы сделали важные для нас наработки в отдельных сферах, однако, политические технологии в виртуальных социальных сетях в настоящее время мало изучены. Для социально-гуманитарного знания остается вопросом влияния данных технологий. Поэтому своей главной задачей мы ставим разработку теории эффективного применения политических технологий в виртуальных социальных сетях.

### **Эмпирическая основа работы**

Эмпирическую основу данной работы составляют результаты исследования, проведенного по качественной стратегии, с использованием двух методов: традиционного анализа документов, который применялся к текстам публикаций сообществ, имеющих политическую направленность, в виртуальной социальной сети «ВКонтакте» и экспертного онлайн интервью администраторов данных сообществ.

В исследовании приняли участие публикации в группах в социальной сети «ВКонтакте» и их администраторы. В каждой группе количество

подписчиков превышает 60000 человек, имеется не менее 5 публикаций в 1 день и длительность функционирования превышает 2 года.

В работе представлены результаты анализа 10 интервью и 60 текстов публикаций. В исследовании участвовали сообщества, отобранные стихийной выборкой.

# **ГЛАВА 1. ТЕОРЕТИКО-МЕТОДОЛОГИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ ИССЛЕДОВАНИЯ МОЛОДЕЖИ И ПОЛИТИЧЕСКИХ ТЕХНОЛОГИЙ В ВИРТУАЛЬНЫХ СОЦИАЛЬНЫХ СЕТЯХ**

## **1.1. Особенности социологического анализа молодежи**

Термин «молодежь» является общеупотребимым, однако использование данного термина в научной среде до сих пор остается под вопросом. Очевидно, что молодежь выступает отдельной социальной группой, отличающейся своими возрастными особенностями. «При этом возрастной диапазон аргументируется не только хронологическими рамками, но и общественным положением и социальным статусом»<sup>1</sup>.

Вопросом социологии молодежи занимались во все времена, зачастую основываясь на идее, что «молодежь – это будущее». Данный подход мы можем встретить еще в работах античных философов. Изучением молодежи занимается антропология, демография, культурология, педагогика, политология, социология и ряд других дисциплин. Однако, Ю. Р. Вишневский и В. Т. Шапко<sup>2</sup> говорят, что видение молодежи в различных науках отличается в зависимости от ее предметной области и угла зрения. Мы считаем, что это важное замечание, которое необходимо учитывать в нашей работе, ведь на социологию также распространяется данный принцип. В настоящее время социология молодежи стала отдельной отраслью социологии, которая включает в себя целый ряд вопросов.

Мы выделили 2 подхода, на основании которых строится дискуссия вокруг феномена молодежи. Первый, это сущность социологического понимания молодежи. Второе, возрастные границы данной социальной группы.

---

<sup>1</sup> Римский клуб. История создания, избранные доклады и выступления, официальные материалы / под ред. Д. М. Гвишиниани. М., 1997. С. 74-75.

<sup>2</sup> Вишневский Ю. Р., Шапко В. Т. Актуальные проблемы социологии молодежи // Актуальные проблемы социологии молодежи / под общ. ред. Ю. Р. Вишневского. Екатеринбург: УрФУ, 2010. С. 17-20.



В первую очередь, говоря о сущности социологического понимания молодежи, мы должны учитывать особенности состояния данной социально-демографической группы. Ю. Р. Вишневский и В. Т. Шапко<sup>3</sup> отмечают, что парадоксальность мышления молодежи не должна быть чем-то удивительным. На данном этапе хотим отметить, что в молодом возрасте происходит определение жизненного пути, поэтому мы можем говорить о маргинальном положении молодежи.

Количество направлений анализа молодежи и критериев их разграничения постоянно растет. Н. В. Веселкова и Е. В. Прямикова<sup>4</sup> предлагают два крупных подхода к изучению молодежи: структурно-функциональный и функционально-структурный. С. О. Елишев<sup>5</sup> разграничивает социологические исследования молодежи на три группы: рассматривающие молодых людей как носителей определенных психофизиологических свойств, как обладателей определенных социальных статусов и как носителей определенной культуры. Ю.Р. Вишневский и В.Т. Шапко<sup>6</sup> выделяют 10 подходов: психо-физиологический, социально-психологический, конфликтологический, ролевой, субкультурный, стратификационный, социализационный, интеракционистский, аксиологический, субъективный и процессуальный. В. И. Чупров предлагает три подхода: психоаналитический, структурно-функциональный и культурологический.

---

<sup>3</sup> Вишневский Ю. Р., Шапко В. Т. Социология молодежи: учебник. Екатеринбург: ГОУВПОУГТУ-УПИ, 2006. С. 30-31.

<sup>4</sup> Веселкова Н.В., Прямикова Е.В. Социальная компетентность взросления. Екатеринбург.: Изд-во Урал. ун-та, 2005. С. 21-23.

<sup>5</sup> Елишев С.О. Современные подходы к определению понятия «молодежь» в социологии // Вестник Московского Государственного Университета. Серия 18: Социология и политология. 2009. Т. 18. № 3. С. 188.

<sup>6</sup> Вишневский Ю.Р., Шапко В.Т. Социология молодежи: учебник. Екатеринбург: ГОУВПОУГТУ-УПИ, 2006. С. 30-31.

К. Маркс и Ф. Энгельс<sup>7</sup> определяли молодежь как социальную силу, которой необходимо активизироваться. Однако, авторы отмечали, что действия молодежи зависят от распределения и производства, мы можем делать вывод, что действия зависят от места, которое занимает молодежь. В данном случае мы согласны с марксистским подходом, доказательств тому, что молодежь является социальной силой не мало, например, революция на Украине.

Однако, стоит отметить подход В. А. Лукова<sup>8</sup>, который дает критику марксистского подхода. Автор считает, что в части марксистских концепций молодежь как некий самостоятельный феномен логически вообще отсутствует, в них обоснованы лишь рассуждения о молодых представителях каждого класса, что нас не устраивает. В нашей работе нам необходимы общие черты для всей социально-демографической группы.

В XX веке вопросом молодежи активно занимаются последователи психоаналитической, структурно-функциональной и культурологической школы.

Психоаналитическая школа придерживается теории, что молодежь - это переходное состояние человека от детского к взрослому периоду жизни. Последователи данной школы трактуют поступки молодого человека, как «обучающие», соответствующие развитию и переходу к следующей социальной группе. В рамках данного подхода работали Р. Бенедикт, Л. Фойер, Э. Эриксон, И. С. Кон и другие. Например, И. С. Кон определяет: «Молодежь – социально-демографическая группа, выделяемая на основе совокупных возрастных характеристик, особенностей социального положения и обусловленная теми или другими социально-психологическими свойствами»<sup>9</sup>. Мы ранее уже говорили о переходном положении молодежи.

---

<sup>7</sup> Энгельс Ф. Революция и контрреволюция в Германии // Маркс К., Энгельс Ф. Соч. 2-е изд. Т. 8. С. 33-35.

<sup>8</sup> Луков В. А. Теории молодежи: междисциплинарный анализ: науч. монография [Текст] / В. А. Луков. – М.: «Канон+» РООИ «Реабилитация». 2012. С. 202.

<sup>9</sup> Кон И. С. НТР и проблема социализации молодежи. М., 1988. С. 63.

Однако, мы считаем необходимым выделять данную социальную группу в самостоятельную, а не заикливать ее на переходный этап и моменты психологических переживаний.

Последователи структурно-функционального подхода к анализу молодежи основываются на теории, что общество – это система со сложными взаимосвязями. Молодежь в данном случае является частью данной системы, которая обладает своими функциями и обязанностями, которые на нее возлагает общество. Сторонниками структурно-функциональной школы М. Н. Руткевич, М. К. Горшков и Ф. Э. Шереги, Л. Я. Рубина и другие.

Стоит отметить, что возрастные рамки молодого поколения растут, мы считаем, что это связано с обязанностями и компетенциями, которые накладывает общество на молодежь. К каждому новому поколению молодежи общество предъявляет повышенные требования. Данный факт в своей работе подтверждает Ж. Т. Тощенко<sup>10</sup> "Юность не только вставляется между детством и зрелостью как отчетливая биографическая фаза, но эта фаза еще и расширилась в обоих направлениях и была в значительной степени создана ее собственным социокультурным миром. Глобальная тенденция состоит в том, что юность начинается все раньше и раньше и продолжается все дольше и дольше".

Последователи культурологического направления анализа воспринимают молодежь, как носителя определенной культуры. В данном случае мы можем рассматривать молодежь, как носителей политической культуры. Данный подход разделяли М. Мид, К. Мангейм, В. Т. Лисовский и другие. К примеру В. Т. Лисовский определяет молодежь, как «поколение людей, проходящих стадию социализации, усваивающих, а в более зрелом возрасте уже усвоивших, образовательные, профессиональные, культурные и другие социальные функции; в зависимости от конкретных исторических

---

<sup>10</sup> Тощенко Ж. Т. Метаморфозы общественного сознания: методологические основы социологического анализа // Социол. исслед., 2001. № 6. С. 8-14.

условий возрастные критерии молодежи могут колебаться от 16 до 30 лет»<sup>11</sup>. В данном случае мы не согласны с наличием возрастных границ, т.к. мы уже упоминали об их условности.

Сейчас вопрос определения молодежи остается открытым и дискутируемым. В ФЗ «О государственной молодежной политике в Российской Федерации»<sup>12</sup> сказано, молодежь (молодые граждане) - граждане Российской Федерации в возрасте от 14 до 30 лет. Данное определение мы находим слишком узким, т.к. дает только возрастные ограничения и не дает никаких социально-значимых характеристик.

Вопрос определения молодежи был актуальным всегда. Каждое поколение молодежи общество наделяет новыми функциями, из-за чего возрастное определение границ социально-демографической группы становится неважным.

Виртуальная социальная сеть «ВКонтакте», по мнению ВЦИОМ, является молодежным ресурсом. «Им пользуются 85% от 18 до 24 лет, и только 30% от 45 до 59 лет»<sup>13</sup>. Поэтому мы считаем необходимым проводить исследование молодежи в виртуальной социальной сети «ВКонтакте».

Из всего вышесказанного мы можем сделать вывод, что молодежь - это социально-демографическая группа людей, которая в силу своего возраста находится в маргинальном положении и имеет социальное, культурное, политическое, психологическое своеобразие, что отличает ее от других социально-демографических групп.

Однако, вопрос какую роль занимает молодежь в социально-политических отношениях остается открытым и дискутируемым. В первую очередь дискуссия появляется о месте молодежи в данных отношениях. Мы в

---

<sup>11</sup> Лисовский В. Т. О молодежи и молодежной политике. В 2 т. / под общей редакцией А.А. Козлова. СПб., 2005. С. 186.

<sup>12</sup> Проект Федерального закона № 428343-4 "О государственной молодежной политике в Российской Федерации" [Электронный ресурс]. – URL: <http://kavdjaradze.ru/lawdrafts/2/> (дата обращения: 15.05.2017).

<sup>13</sup> Пресс-выпуск №2860 // ВЦИОМ [Электронный ресурс]. – URL: <https://wciom.ru/index.php?id=236&uid=115294> (дата обращения: 20.05.2017).

своей работе разберем объектный и субъектный подходы к определению роли молодежи.

Для определения объектного характера взаимоотношений с молодежью, нам необходимо дать определение понятию «объект». С. И. Ожегов в своем толковом словаре определяет объект, как «явление, предмет, на который направлена какая-нибудь деятельность»<sup>14</sup>. Мы можем сделать вывод, когда молодежь выступает в роли объекта воздействия, направляются на неё из вне. Под данным воздействием могут выступать политические технологии, пропаганда, трансляция определенных ценностей для принятия молодежью тех или иных решений.

С объектным характером отношений молодежи и общества соглашаются большинство исследователей данного вопроса. Комарова М. С. В своей работе отмечает, что «молодежь меньше направляет свою энергию в социально-политическую жизнь, а общественные организации не столь активны в вовлечении молодежи в системные отношения»<sup>15</sup>. Таким образом мы можем отмечать, что у государства появляется задача влияния на молодежь с целью ее включения в политическую сферу общества. Мы можем отметить, что молодежь не имеет представительства во властных структурах. Однако, выступая, как объект, который подвергается воздействию, активизируется в различных проектах инициатива создания, которых идет «с выше». В пример мы можем привести различные движения, которые создаются для активизации молодежи в проблемные моменты.

Стоит отметить, что молодому поколению сложно самостоятельно разбираться и анализировать политические процессы, т.к. ценностные установки молодого поколения не устойчивы. Именно поэтому идет постоянная борьба групп влияния за поддержку молодежи. Примером этому может служить активизация российских политиков в виртуальных

---

<sup>14</sup> Ожегов С. И. Словарь русского языка. М., 1960. С. 428, С. 570.

<sup>15</sup> Комарова М. С. Молодежь как объект государственной политики: специфика формирования общественно-политического потенциала // Среднерусский вестник общественных наук. 2015. №6. С. 50.

социальных сетях после выхода молодежи на антикоррупционные митинги 26 марта.

Можно выделить ряд причин на основании, которых появляется влияние общества и политических групп на молодежь. Первая причина вытекает из идеи «Молодежь – это будущее», поэтому появляется необходимость направления ее развития. Так же молодежь является большой социально-демографической группой, ценностные установки, которой менее устойчивы, чем у взрослого поколения. К причинам так же можно отнести открытость молодежи к влиянию из вне.

Однако, молодежь в работах современных авторов рассматривается не только, как объект политических технологий, но и как субъект. Субъект в Большой Советской Энциклопедии определяется, как «существо, обладающее сознанием и волей, способностью к целесообразной деятельности, направленной на тот или иной предмет; человек, познающий и изменяющий окружающий мир». Можно сделать вывод, что, когда молодежь выступает в роли объекта - она подвержена влиянию; когда молодежь выступает в роли субъекта, подвергает влиянию она. Данный подход разделяет ряд современных авторов. По мнению С. С. Гиля, «фактически единственным инструментом реального взаимодействия молодого человека и общества стала инициатива самих молодых людей, которые посредством ее реализации могли достигать собственных целей, удовлетворения персональных потребностей»<sup>16</sup>. Мы согласны, что молодежь проявляет свои интерес и включается в политическую повестку самостоятельно.

Е. В. Сайганова<sup>17</sup> отмечает, что это обусловлено 5 причинами. Во-первых, молодежь является большой социально-демографической группой, что позволяет ей распределить численные ресурсы во все сферы жизни

---

<sup>16</sup> Вовлечение молодежи в жизнь общества. Презентация гипотезы российского научного исследования: коллективная монография / Под ред. д-ра.пед.н., профессора С.С. Гиля – М.: Издательство РГСУ, 2007. С. 149

<sup>17</sup> Сайганова Е. В. Трансформация роли молодежи в современном обществе // Изв. Саратов. ун-та Нов. сер. Сер. Социология. Политология. 2015. №1. С. 33-34

общества. Во-вторых, молодежь – основной носитель интеллектуального и физического потенциала общества. Именно на молодежь в дальнейшем ложится обязанность развития общества. В-третьих, молодежь имеет большую социальную и профессиональную перспективу, что обуславливается не только наличием необходимых компетенций, но и существованием возможности обрести новые знания и умения. Так же молодежь легко восприимчива к новому и является «творцом» новых благ.

Мы можем сделать вывод, что молодежь в обществе выполняет роль как субъекта, так и объекта. В проведенном исследовании молодежь рассматривается как объект и субъект политических технологий. Молодежь, как объект – является общепризнанным. Принято считать, что молодежь легко подвержена влиянию извне. Однако, мы считаем молодежь так же субъектом политических технологий в виртуальных социальных сетях и считаем, что именно данная социально-демографическая группа, помогает и движет развитие политических технологий в данных сетях.

## **1.2. Методологические подходы к определению политических технологий**

В настоящее время политические технологии активно развиваются в виртуальных социальных сетях и интернете. Однако, для понимания политических технологий в виртуальных социальных сетях нам необходимо выявить сущность и специфику политических технологий.

Значение политических технологий и способов ведения политической борьбы в государствах с демократической формой правления, впервые стал предметом изучения еще у Алексиса де Токвиля<sup>18</sup>. Пристальное внимание уделял данной теме М. Паренти<sup>19</sup>. В работах данных авторов, мы можем увидеть, понимание политических технологий как борьбы за власть. Авторы исследуют основы политической борьбы, не делая акцента на характере

---

<sup>18</sup> Токвиль А. Демократия в Америке. - М.: Прогресс, 1994. С. 132

<sup>19</sup> Паренти М. Демократия для немногих. - Пер. с англ. - М.: Прогресс, 1990. с. 79

политических технологий. Мы разделяем позицию данных авторов в определении главной задачи политических технологий, как борьбу за власть. Однако, мы считаем, что это не раскрывает полностью феномена политических технологий.

Вплоть до начала постсоветского периода, политические технологии не являлись предметом пристального изучения отечественных исследователей. Первые попытки анализа политических технологий у отечественных исследователей характеризовались слепым копированием западных концепций. На современном этапе мы можем увидеть переосмысление взглядов на западные концепции, и попытки самостоятельно определения политических технологий. Однако, расхождений в понимании данного термина мы не находим.

Одним из самых распространенных взглядов среди отечественных исследователей является концепция Анохина М. Г. По его мнению, под технологией понимается система жестко скоординированных элементов: цели — процедуры (правила) — средства — операции (действия) — мотивы (стимулы); любое преобразование исходных материалов, будь то люди, информация или физические материалы для получения желаемых результатов в виде продукции или услуг; система знаний о способах, средствах, методах, формах деятельности человека и механизме их практического использования в быту, производстве, медицине, управлении и т. д.<sup>20</sup>.

Так мы можем сделать вывод, что технология — это система, которая включает в себя операции и процедуры деятельности, информацию и ресурсы для работы и управления данной деятельностью и знания о последствиях этой деятельности. Понимания значения технологии в целом, мы можем понять значение феномена политических технологий.

Анохин так же отмечает, что «Политические технологии - это технологии реализации власти. Борьба за власть, ее удержание и

---

<sup>20</sup> Анохин М. Г. Политические технологии // Вестник Российского университета дружбы народов. Сер. 21. Политология. 2000. № 2. С. 102.



использование порождает множественность политических технологий, направленных на завоевание и удержание политической, духовной власти, власти над умами и сердцами людей, над общественным мнением»<sup>21</sup>. Однако автор говорит, что следует различать понятия «политические технологии» и «технологии в политике». Последнее, он считает, намного шире первого. Оно может включать в себя ряд различных методов деятельности, направленных на достижение поставленных политических целей. Под этими методами мы можем понимать финансовые, военные, информационные и другие виды деятельности. Если раскрывать понятие шире, то политические технологии – это «методы решения политических проблем, выработки политики, ее реализации, осуществления практической политической деятельности»<sup>22</sup>; комплекс методов и способов воздействия на объект с целью достижения желаемых результатов, применяемый в практической деятельности. Главным недостатком теории Анохина мы считаем, определение цели политических технологий. На данный момент мы видим множество технологий, которые направлены на другой результат, например: поддержание имиджа, «отвод» голосов на выборах, создание образа и др. Так мы понимаем, что концепция Анохина не подходит для определения современных политических технологий.

Другой подход в изучении политических технологий в России, мы можем увидеть у А. И. Соловьева. Он считает, что «политические технологии представляют собой совокупность последовательно применяемых процедур, приемов и способов деятельности, направленных на наиболее оптимальную и эффективную реализацию целей и задач конкретного субъекта в определенное время и в определенном месте»<sup>23</sup>.

---

<sup>21</sup> Анохин М. Г. Политические технологии // Вестник Российского университета дружбы народов. Сер. 21. Политология. 2000. № 2. С. 102.

<sup>22</sup> Анохин М. Г. Современные технологии эффективной политики: Учеб. пособие. – М.: РУДН, 2008. С. 200.

<sup>23</sup> Соловьев А. И. Политология. Политическая теория. Политические технологии. М.: Аспект Пресс, 2006. С. 230.

Можно сказать, что сущность политических технологий заключается в оптимизации выполнения задач и обязанностей. Технологии направлены на достижение различных целей, таких как стабилизация или дестабилизация отношений в государстве, организация и проведение выборных кампаний, информационное обеспечение и др. В своей работе А. И. Соловьев уточняет, что технологии нельзя путать с отдельными механизмами. «Технологии – это и процесс применения техник, направленных на достижение конкретной цели реально действующим субъектом, и результат этой деятельности»<sup>24</sup>.

Стоит отметить, что подход Соловьева нам подходит больше, т.к. он говорит о важности цели, объектов и субъектов. Из данного подхода мы видим, что применять политические технологии могут не только обладатели власти, но и другие участники политического процесса.

Других, кардинально отличающихся, подходов к определению сущности политических технологий мы не встретили, ни у западных исследователей, ни у российских. Объединив изученный материал, мы можем сделать вывод, что политические технологии – это процесс воздействия на людей, определенными способами и методами для достижения заданной политической цели.

В настоящее время все чаще выходят работы, которые описывают процесс применения политических технологий. Данные работы направлены не на профессиональное сообщество, а на начинающих политиков или людей, интересующихся политикой. В подобных работах авторы дают читателям практические инструменты для применения политических технологий. В данном направлении можно выделить работы Д. В. Гусева, О. А. Матвейчев, Р. Р. Хазеева, С. Ю. Чернякова «Уши машут ослом. Современное социальное программирование», О. А. Матвейчева, Ю. В. Новикова «Предвыборная кампания: практика против теории» и работы Полуэктова В. В. В своих работах авторы отходят от научной трактовки феномена политических технологий.

---

<sup>24</sup> Соловьев А. И. Политология. Политическая теория. Политические технологии. С. 232.

Мы не считаем – это научным опущением, но рассматривать данные работы в качестве теоретической базы не будет, т.к. относим данную литературу к сравнительной политологии.

Политические технологии являются переходом теоретической политологии к практической политической деятельности. Это позволяет использовать политическую теорию в практических целях с ее многообразием политических закономерностей.

В настоящее время идеологии, партии и сами политики, являются политическим товаром, брендом. Политические технологии направлены на продвижение данного бренда. На данный момент политические технологии стали распространены, не только в профессиональной и научных сферах, но и в обыденной жизни.

Например, Б. И.Краснов<sup>25</sup> определяет содержание политических технологии. По его теории основными составляющими политических технологий являются:

- политическая реклама и маркетинг;
- паблик рилейшнз;
- рынок рекламных услуг, основными сферами которого являются телевидение, пресса, радио, наружная реклама, полиграфическая продукция;
- политическое консультирование и др.

С этим содержанием политических технологий, мы согласны, однако для своей работы добавим несколько важных аспектов:

- наличие четкой цели;
- наличие определенной аудитории, потребителя.

Из всего вышесказанного мы можем сделать вывод, что наиболее приемлемым подходом для нашей работы, является подход Соловьева, но и он не полностью охватывает феномен политических технологий. Он основывается, только на цели субъекта, однако мы считаем, что поведение

---

<sup>25</sup> Краснов Б. И., Авцинова Г. И., Сосина И. А. Политический анализ, прогноз, технологии. М.: Изд-во МГСУ, 2002. С. 35-37.

объекта так же имеет влияние на феномен политических технологий. Поэтому для нашей работы, мы вывели свое определение политических технологий.

Политические технологии разнообразны. Их выбор и применение зависят от целей, задач и возможностей. В настоящее время существует большое количество классификаций политических технологий. Мы в своей работе приведем некоторые из них.

В теоретическом анализе выделяет предметные технологии: «электоральные, компьютерные, информационные, переговорные и др. Данный способ позволяет четко зафиксировать область действий»<sup>26</sup>. Основанием данной типологии выступает основной предмет, задействованный в реализации технологии. Данная классификация легко применима на практике и в теоретическом разборе политических технологий.

Со стороны степени соответствия закону и характеру действий выделяют нормативные и девиантные технологии. Нормативные технологии – это деятельность, жестко обусловленная существующими в обществе нормами, законами, традициями или обычаями. Девиантные технологии противоположны им, это отклоняющиеся от такого рода требований и стандартов способы деятельности. Так же данную классификацию мы можем назвать легальными и нелегальными политическими технологиями. К ряду нелегальных относится, например, целый спектр противоречащих закону или нормам общественной морали «серых» и «черных» технологий. «Чёрными» можно называть, по мнению А. Рыбакова, технологии, которые нарушают или фальсифицируют свободу выбора и свободу волеизъявления граждан. Часто кандидаты прибегают к такого рода технологиям, например, к «сливу компромата», шантажу, утечкам информации, клевете, административному ресурсу, в ряде случаев даже к террору и т.д. Очень часто такие формы деятельности становятся источниками не только скандалов, но и меняют

---

<sup>26</sup> Соловьев А. И. Политология. Политическая теория. Политические технологии. М. 2006. С. 255.

течение политического процесса, расстановку приоритетов в обществе, и т.д.<sup>27</sup>.

Мы можем сделать вывод, что феномен политических технологий сложен и многогранен, однако существует необходимость в его изучении. Главной сложностью в изучении политических технологий является переход авторов от научного знания к популистскому. В своей работе под политическими технологиями мы понимаем процесс применения техник и методов, направленный на заранее определенную аудиторию людей с целью решения политических задач.

### **1.3. Социологические подходы к изучению виртуальных социальных сетей**

Глобальная сеть интернет тесно вошла в общественную жизнь. Сейчас интернет используют для сотрудничества, для PR политики, для работы и т.д. Число социальных сетей и сервисов, предназначенных для политических дебатов и политики в целом быстро растет. Виртуальные социальные сети выполняют одну из важнейших для общества функций – коммуникативную. Стремление к общению консолидирует широкую аудиторию на определённом ресурсе. По данным исследования ВЦИОМ количество пользователей социальными сетями в конце 2012 года составляло 82% россиян из числа пользователей интернетом<sup>28</sup>. Так же по данным исследовательского холдинга «Ромир» к апрелю 2015 года пользователями социальных сетей являются 91%. В «молодёжной аудитории» этот показатель в апреле 2015 года составлял 98%<sup>29</sup>. Так же стоит отметить, что в 2017 году по данным ВЦИОМ ежедневно

---

<sup>27</sup>Рыбаков А.В. Избирательное право и избирательные системы // Социально-политический журнал. 1998. № 2. С. 17-18.

<sup>28</sup> ВЦИОМ: Оперативная социология в социальных медиа. Факты и прогнозы. 2014. [Электронный ресурс]. – URL: <http://wciom.ru/fileadmin/file/nauka/grusha2014/s4/Arushanov.pdf> (дата обращения: 12.11.2016)

<sup>29</sup>Исследовательский холдинг Ромир // Социально-сетевая жизнь. 2015. [Электронный ресурс]. – URL: [http://romir.ru/studies/670\\_1432155600/](http://romir.ru/studies/670_1432155600/) (дата обращения: 1.04.2017).

виртуальную социальную сеть «ВКонтакте» посещает 78% молодых людей от 18 до 24 лет<sup>30</sup>.

В связи с большим объемом вовлеченных пользователей в виртуальные социальные сети политические технологии в предвыборном процессе стремительно переходят за электоратом в интернет. Но есть ли в этом осмысленные причины, мы постараемся разобрать далее.

Для разграничения понятий «социальная сеть» и «виртуальная социальная сеть» мы предлагаем сначала определить понятие «социальная сеть», и только после этого перейти к изучению виртуальных социальных сетей.

Термин «социальная сеть» был введен в 1954 г. социологом Джеймсом Барнсом, но массовое распространение получил с конца 1990-х годов. Однако, стоит отметить, что еще до Дж. Барнса многие социологи высказывались о важности рассмотрения общества как сложного переплетения различных социальных связей. Сетевой подход и сетевая теория берут своё начало в основаниях социологии (Г. Зиммель<sup>31</sup>, Э. Дюркгейм<sup>32</sup>), социальной психологии (Д. Морено<sup>33</sup>, Т. Ньюкомб) и социальной антропологии (Дж. Барнс<sup>34</sup> и другие).

Дж. Барнс определял социальные сети, как «разветвленные взаимосвязи отдельного человека с другими людьми»<sup>35</sup>. Мы считаем, это определение успешным, как и следующее. В данном случае успешным мы их называем, т.к. они показывают многообразие связей. Многие аналитики социальных сетей придерживаются мнения, что социальные сети - это системы сложных

---

<sup>30</sup> Социальные сети: кто туда ходит и зачем? [Электронный ресурс]. – URL: <https://wciom.ru/index.php?id=236&uid=116254> (дата обращения: 02.06.2017)

<sup>31</sup> Зиммель Г. Как возможно общество? // Г. Зиммель. Избранное: в 2 т. М., 1996. Т. 2. С. 330.

<sup>32</sup> Serge S. A Durkheimian Network Theory // Journal of Classical Sociology, 2004, Vol. 4, No. 2, p. 216

<sup>33</sup> Морено Д.Л. Социометрия. М., 1958. С. 320.

<sup>34</sup> Барнс Дж. Англия, Англия. М.: Эксмо ; СПб.: Домино, 2012. С. 352.

<sup>35</sup> NeverEndingFriending результаты исследования. [Электронный ресурс]. – URL: <http://mediarevolution.ru/audience/behavior/730.html> (дата обращения: 18.03.2017).

взаимоотношений между людьми. Данную позицию разделяют С. Д. Берковиц, С. Боргатти и другие. Мы считаем, данные определения успешными, т.к. они показывают многообразие связей человека.

Разобравшись с базовым смыслом понятия социальная сеть, мы можем перейти к анализу виртуальных социальных сетей. Одним из первых виртуальные социальные сети начал изучать Мануэль Кастельс, в своей работе «Галактика Интернет. Размышления об Интернете, бизнесе и обществе». «Сетевое общество — это такое общество, в котором ключевые социальные структуры и деятельность его членов организованы вокруг сетей электронных коммуникаций»<sup>36</sup>.

Большинство современных авторов определяют виртуальную социальную сеть через коммуникацию в сети интернет. Ниже представлены основные подходы к трактовке социальных сетей. «Виртуальные социальная сеть — это онлайн-сервис, который позволяет объединять людей по определенному принципу, предоставляя им удобные инструменты общения и самовыражения»<sup>37</sup> - так определяет виртуальные социальные сети Д. В. Михель в своей работе «Виртуальные социальные сети как феномен информационного общества».

Под виртуальной социальной сетью в энциклопедии социологии понимается социальная структура в интернете, состоящая из множества агентов (субъектов — индивидуальных или коллективных, например, индивидов, семей, групп, организаций) и определенного на нем множества отношений (совокупности связей между агентами, например, знакомства, дружбы, сотрудничества, коммуникации)<sup>38</sup>.

---

<sup>36</sup> Кастельс М. Галактика Интернет: Размышления об Интернете, бизнесе и обществе. Екатеринбург: У-Фактория, 2004 С. 98.

<sup>37</sup> Михель Д. В. Виртуальные социальные сети как феномен информационного общества. 2014. [Электронный ресурс]. – URL: [http://scjournal.ru/articles/issn\\_1997-292X\\_2014\\_9-2\\_22.pdf](http://scjournal.ru/articles/issn_1997-292X_2014_9-2_22.pdf) (дата обращения: 18.03.2017).

<sup>38</sup> Энциклопедия социологии. [Электронный ресурс]. – URL: <http://slovari.yandex.ru/dict/sociology> (дата обращения: 18.03.2017).

Проведенный анализ позволяет нам сделать вывод, что социальные сети включают в себя виртуальные сети. Под социальными сетями мы понимаем систему взаимосвязи между людьми, а под виртуальными социальными сетями – интернет ресурс, посредством которого происходит взаимодействие между его пользователями. Однако, в современной научной литературе является приемлемой замена в написании второго термина первым.

Мы можем сделать вывод, что главным отличием виртуальных социальных сетей от не виртуальных является площадка для взаимодействия. В случае с социальными сетями это социальное пространство имеющее территориальные границы. В виртуальных социальных сетях главным пространством для взаимодействия является интернет сервер. Отсюда вытекают и дальнейшие отличия между данными социальными сетями. Среди них мы можем выделить:

- Территориальные границы взаимодействия. В виртуальных социальных сетях данные границы размыты, тогда как в социальных сетях появляется территориальное ограничение.

- Особенности коммуникации. Коммуникация в виртуальных сетях более открыта и оживлена, благодаря анонимности и удаленности от собеседника.

- Особенности влияния сторонних групп интересов. Вступление и выход в различные группы в виртуальных социальных сетях намного проще.

Основой виртуальных социальных сетей М. Кастельс считает коммуникацию. Так же в своем труде он отмечает, что свыше 85% случаев пользование интернетом идет на коммуникацию и обмен информации. Однако он сводит свои размышления к пониманию социальных сетей, как возможности привлечения и участия новых акторов в политической жизни, что не является главенствующим в нашей работе.



В работе А. Барда и Я. Зодерквиста<sup>39</sup> прослеживается идея, что виртуальные социальные сети являются механизмом включения в социально-политическую жизнь тех субъектов, которые ранее были исключены из нее, либо не имели возможности участия.

Однако все вышеперечисленные авторы говорят о виртуальных социальных сетях как механизме коммуникации, но не изучают характер общения в социальных сетях. На этом концентрируют свое внимание американские ученые. Например, Л. Спроулл и С. Кайзлер сфокусировали свое внимание на экспериментальном сравнении коммуникации индивидов в виртуальных социальных сетях и за их пределами. Но мы считаем эти исследования недостаточными, т.к. мы в своем исследовании планируем изучать не только характер коммуникации, а также и реакцию молодежи информацию, получаемую в социальной сети.

Д. В. Руденкин, А. И. Руденкина<sup>40</sup> в своей работе отмечают, что в целом, исследования виртуальных социальных сетей сейчас только набирают свою популярность, как у зарубежных авторов, так и у российских авторов. Мы не можем с этим не согласиться, социально-гуманитарная наука находится в состоянии интенсивной дискуссии относительно виртуальных социальных сетей. На данный момент мы сталкиваемся со стремительно развивающимися виртуальными социальными сетями, однако, суть данного феномена не изучена.

Но стоит отметить, что уже Г. Рейнгольд говорил о переходе к новым информационно-коммуникативным технологиям, благодаря социальным сетям технологиям.: «новые технологии позволят людям общаться по-новому

---

<sup>39</sup> Бард А., Зодерквист Я. Нетократия. Новая правящая элита и жизнь после капитализма / Перевод с шведского языка. — СПб.: Стокгольмская школа экономики в Санкт-Петербурге, 2004. С. 159.

<sup>40</sup> Руденкин Д. В., Руденкина А. И. Виртуальные социальные сети как среда зарождения и распространения политического протеста: основные сложности анализа // Экология медиасреды: проблемы безопасности и рационального использования коммуникативных ресурсов. Материалы второй Международной научно-практической конференции. Москва. 2016. С. 51-52.

и делать что-то новое вместе». Уже здесь, мы видим новые возможности виртуальных социальных сетей. Они открывают нам новое пространство для коммуникации, передачи информации, а также для социальных и политических технологий.

Политические технологии в виртуальных социальных сетях начали развиваться с момента появления данных сетей. Примером этого могут служить группы, политических организаций, страницы политиков, которые существуют с момента образования виртуальных социальных сетей. При их посещении мы можем проследить применение политических технологий. Возможно, активное распространение политических технологий связано с особым типом коммуникации в виртуальных социальных сетях, возможно, что с малой регулировкой законодательства, данных технологий в сетях. Нужно отметить, что политические технологии в социальных сетях отличаются от традиционных непосредственным влиянием на членов сети, благодаря социальному отождествлению и сетевой близости с автором. Подробнее политические технологии в виртуальных социальных сетях мы разберем в следующей главе.

#### **1.4. Особенности и основные политические технологии в виртуальных социальных сетях**

Виртуальные социальные сети набирают все большую популярность, благодаря своей доступности и удобным инструментам общения и самовыражения. Все вышеперечисленные свойства виртуальных социальных сетей привлекают создателей политических технологий.

В настоящее время страницы многих политических деятелей, политических организаций можно найти в социальных сетях. Поэтому социальные сети в последнее время все чаще становятся местом и средством информационного управления, и ареной политических технологий.

Сообщество пользователей социальных сетей включают в себя огромную и весьма дифференцированную прослойку общества. «Множество

талантливых молодых людей в социальных сетях объединяются в группы по интересам, выкладывают соответствующие видеоролики, статьи, книги и специализированную литературу в форматах для скачивания, создают «обсуждения», проводят опросы. Например, в социальной сети «ВКонтакте» в результате запроса, критерием которого было слово «политика» в разделе «Сообщества» было найдено 4691 сообщество»<sup>41</sup>. Сегодня эта цифра еще больше, сегодня «ВКонтакте» 5 887 сообществ по критерию «политика». В самом популярном из найденных сообществ состоит 157 098 участников. Это показывает нам востребованность данной темы у общества, а также огромный потенциал для применения политических технологий. Так сетевые ресурсы в дальнейшем начнут формировать настроения масс, вытесняя традиционные СМИ.

Виртуальные социальные сети могут влиять на политические процессы в обществе. На данный момент существует уже много примеров, когда виртуальные социальные сети были главенствующим фактором политических событий.

- Революция в Египте, по одной из версий, с самого начала была организована через социальную сеть – Facebook. Первые активисты Египта были объединены в группы на Facebook, там же они получили призывы выйти на забастовки по повышению зарплат на работе, социальных выплат. Призывы обсуждались сотнями тысяч пользователей. Через некоторое время власти Египта закрыли доступ к микроблогу Twitter, социальной сети Facebook, а позже полностью был отключен доступ в Интернет. Но было уже поздно. Для свержения режима Мубарака египтянам понадобилось 18 дней активной работы на улицах и дома. В Египте погибли, по меньшей мере, 400 человек, порядка 6 тысяч получили ранения. Президент Египта Хосни Мубарак, который правил крупнейшей по населению арабской страной с 1981 года,

---

<sup>41</sup> Павленко В. В. Роль современных социальных сетей в социальных и политических технологиях. [Электронный ресурс]. – URL: <http://hsjournal.org/wp-content/uploads/2012/11/pavlenko.pdf> (дата обращения: 18.03.2017).

после многодневных массовых протестов ушел в отставку, передав правление Высшему совету вооруженных сил.

- Акция молчаливого протеста в Белоруссии вызванная недовольством части населения действиями руководства страны, приведшими к финансовому кризису, девальвации белорусского рубля и резкому скачку цен. Акции протеста организуются инициативными группами через социальные сети ВКонтакте и Facebook. Суть акций заключается в том, что их участники регулярно собираются в центре белорусских городов, не скандируя никаких лозунгов, призывов или требований, лишь аплодируя время от времени, выражая протест таким образом.

- Премьер-министр Турции Реджеп Тайип Эрдоган в интервью телеканалу заявил: «Так называемые социальные медиа являются очень большой проблемой общества. Facebook и Twitter — это источники лжи. Все провокационные действия, связанные с беспорядками в Стамбуле, исходили именно из социальных сетей. Беспрерывный поток злобещей лжи не прекращался там ни на минуту. Я поручил соответствующим органам серьезно расследовать произошедшие события, и выявить организаторов этих провокаций. Многие оппозиционные партии не стали вмешиваться в эту грязную провокацию. Однако Республиканская народная партия с самого начала была направляющей силой этих беспорядков. Я отсюда предупреждаю руководство СНР, что тот путь, на который оно встало очень опасный и поэтому пока не поздно пусть одумается»<sup>42</sup>.

- Президент США Б. Обама решил использовать социальные сети в своей предвыборной кампании. Аналитики заявляли, что он победил лишь благодаря беспрецедентному использованию в предвыборной кампании

---

<sup>42</sup> Эрдоган Р. Т. Заявление премьер-министра. [Электронный ресурс]. – URL: [http://news.putc.org/news/facebook\\_i\\_twitter\\_ehto\\_zlo/2013-06-03-1479](http://news.putc.org/news/facebook_i_twitter_ehto_zlo/2013-06-03-1479) (дата обращения: 18.03.2017).

новейших информационных технологий. «Не будь Интернета, не было бы и президента Обамы!»<sup>43</sup>.

Сейчас наибольшей популярностью в России пользуются, такие социальные сети, как ВКонтакте, Одноклассники, Facebook, Мой Мир, LiveJournal, Instagram, Twitter<sup>44</sup>.

Социальные сети доступны каждому у кого есть выход в интернет, в 2014 году это 62% населения России<sup>45</sup>. Социальные сети предоставляют большое количество возможностей от применения политических технологий в социальных сетях. Мы выделили следующие:

- возможность осуществлять социальную, политическую агитацию, содержащую механизмы обратной связи;

- возможность оперативно реагировать на запросы граждан, идущие напрямую, через социальную сеть;

- способность влиять на политические и социальные процессы в обществе;

- возможность выделять политических лидеров;

- открытый доступ к социальным и политическим материалам, находящимся на страницах интернет-ресурсов<sup>46</sup>.

Из этого вытекает большое количество особенностей и отличий политических технологий, применяемых в виртуальных социальных сетях от традиционных политических технологий.

Первая особенность – это скорость применения. Традиционным технологиям для результата необходим долгий промежуток времени, тогда как

---

<sup>43</sup> Фролова О. А. Особенности политических технологий двух президентских кампаний Барака Обамы // Общество: политика, экономика, право, № 1, Краснодар, 2014. С. 33

<sup>44</sup> BrandAnalytics Социальные сети в России зима 2015-2016. [Электронный ресурс]. – URL: [http://branalytics.ru/sample\\_report/social\\_network\\_russia\\_winter\\_2015\\_2016.pdf](http://branalytics.ru/sample_report/social_network_russia_winter_2015_2016.pdf) (дата обращения: 18.03.2017).

<sup>45</sup> Развитие интернета в регионах России. [Электронный ресурс]. – URL: [https://yandex.ru/company/researches/2015/ya\\_internet\\_regions\\_2015/](https://yandex.ru/company/researches/2015/ya_internet_regions_2015/) (дата обращения: 18.03.2017).

<sup>46</sup> Ефимова И. Н., Маковейчук А. В. Социальные сети как новый механизм формирования имиджа субъектов политической деятельности // Известия Алтайского государственного университета, № 4-1, Барнаул, 2012. С. 245.

в социальных сетях реакция может быть уже через минуты. Например, «на прошедших выборах в США во время речи перед жителями города Митт Ромни сказал фразу, которая должна была опорочить Барака Обаму, но вышла боком самому кандидату. Он сказал, что «никто никогда не просил показать его свидетельство о рождении», намекая на запутанную историю с местом рождения Барака Обамы. Спустя всего минуту данная фраза была записана журналистом WashingtonPost в своем твиттер-аккаунте, через четыре минуты об этом написал сайт Politico, а уже через 21 минуту Барак Обама высказал свое недовольство по поводу этой фразы»<sup>47</sup>. Раньше данный процесс занимал минимум бы один день, с учетом времени на выход печатного издания, но с помощью применения политических технологий в социальных сетях, процесс занял всего 21 минуту.

Вторая особенность – возможность быстрого реагирования на обратную связь. Реакция на примененную технологию, в социальных сетях видна незамедлительно, через комментарии, «лайки», «антилайки», «репосты» и другие функции социальных сетей.

Третья особенность – наличие огромных просторов для агитации и черного пиара. (Социальные сети анонимны, и практически невозможно определить отправителя информации.) Технологии манипуляции в виртуальных социальных сетях недостаточно изучены и поэтому их применение может быть разнообразным. Т.к. существует еще много не апробированных способов.

С точки зрения социальных технологий, виртуальная социальная сеть может стать для пользователей социальным лифтом, выделить среди них новых талантливых лидеров, это выступает ее следующей особенностью. Авторитет в социальной сети формируется в первую очередь за счет контента, который пользователь выкладывает на своей странице, в своем журнале или

---

<sup>47</sup> Леванов В. А. Новые технологии и способы использования новых медиа в политической борьбе 2011-2012 гг. в России. 2014. [Электронный ресурс]. – URL: [https://lomonosov-msu.ru/archive/Lomonosov\\_2014/2545/2200\\_30385\\_6f5063.pdf](https://lomonosov-msu.ru/archive/Lomonosov_2014/2545/2200_30385_6f5063.pdf) (дата обращения: 20.12.2017).

блоге. Феномен Навального заключается в том, что он сначала – производитель востребованного контента и уже потом (и через свою медийность) – политик.

Следующим отличием виртуальных социальных сетей от не виртуальных медиа, является относительная свобода слова, свобода в высказывании своей точки зрения практически по любому вопросу. Но, опять же, свобода эта только относительная, поскольку государство уже начало свое вмешательство и в эту сферу жизни общества

Виртуальные социальные сети являются новым мощным инструментом политических технологий. Они объединяют людей разных религиозных конфессий, национальностей, областей деятельности, возрастов, интересов и социальных статусов. «В апреле 2012 года была запущена Глобальная исламская социальная сеть Salam World на восьми языках мира, на Кубе создана первая национальная социальная сеть, призванная объединить студентов университетов, средних учебных заведений и других молодых кубинцев»<sup>48</sup>. По всему миру создается большое количество социальных сетей, имеющих политическую направленность, а, следовательно, преследующих цель влияния на общество с помощью политических технологий. Данный факт является предпосылкой применения в виртуальных социальных сетях политических технологий.

Как мы уже говорили выше, виртуальные социальные сети дают широкий спектр для применения политических технологий. В ходе своего анализа эмпирических данных и данных политически направленных страниц в виртуальных социальных сетях, для своего исследования мы выделили основные типы политических технологий, применяемых в социальных сетях:

- коммуникативные технологии;
- информационные технологии;

---

<sup>48</sup> Павленко В. В. Роль современных социальных сетей в социальных и политических технологиях. [Электронный ресурс]. – URL: <http://hsjournal.org/wp-content/uploads/2012/11/pavlenko.pdf> (дата обращения: 18.03.2017).

-визуальные технологии.

Функционирование любой политической системы основано на коммуникации политической элиты и общества, на данный момент данная коммуникация переходит в виртуальные социальные сети. Доказательством этого служат страницы каждого политика, чиновника, политической организации в виртуальных социальных сетях. Подразумевается, что любой пользователь социальной сети может лично обратиться к политику. Мы считаем, что данная коммуникация является частью коммуникативных политических технологий.

Под коммуникативными политическими технологиями, мы понимаем, совокупность форм, методов, приемов и средств, при помощи которых в социальной сети коммуникатором «осуществляется процесс передачи и распространения информации с целью оказания на реципиента непосредственного либо опосредованного воздействия»<sup>49</sup>. Из вышесказанного, мы можем сделать вывод, что регистрация политиков в социальных сетях имеет прагматическую цель. Поэтому зачастую, коммуникация является средством манипуляции мнением электората.

Вторым типом, мы выделили информационные технологии. Главной особенностью информационных политических технологий в социальных сетях является их влияние на информированность субъекта. (Информированность – та информация, которой обладает субъект на момент принятия решения.) Традиционно выделяют три класса технологий влияния на информированность субъекта: информационного влияния, информационного управления и информационного противоборства (рис. 1)<sup>50</sup>.

---

<sup>49</sup>Гайсина Э. И. Политико-коммуникативные технологии: понятие и сущность // Ученые записки Казанского университета, № 5, Казань, 2011. С. 144.

<sup>50</sup> Губанов Д. А., Новиков Д. А., Чхартишвили А. Г. Социальные сети: модели информационного влияния, управления и противоборства. М.: Издательство физико-математической литературы, 2010. С. 55.





**Рис. 1 Влияние на информированность субъекта**

Разобрав данную схему, мы поняли, что выполнение следующего пункта зависит от выполнения предыдущего. Информационное влияние дает понять зависимость поведения человека от поступающей информации. Имея знания об информационном влиянии, можно ставить и решать задачи информационного управления. На данном уровне, управляющий субъект понимает, какими должны быть информационные воздействия, чтобы добиться успеха. Умея решать задачу информационного управления, можно моделировать информационное противоборство. Оказывать воздействие на субъект, который в тот же момент находится под влиянием другого объекта.

Визуальные политических технологий в виртуальных социальных сетях являются одними из самых популярных. Визуализация в политических технологиях имеет долгую историю. Одними из самых старых приемов визуализации являются портрет, фотография, листовки. Сейчас визуальные политические технологии включают в себя фотографию, плакат, кино, компьютерную графику, телевидение, графику, видео. Они все перешли в социальные сети, поэтому сейчас они (социальные сети) заполнены «картинками» и видео, имеющими политическую подоплеку. Визуализация является одной из самых действенных, старых и изученных технологий.

М.Фуко, считает, что политическая реальность определяется и конструируется визуальными средствами. Сущность визуального образа А. Бергер показывает, через выражение «Видеть – значит верить»<sup>51</sup>.

---

<sup>51</sup> Бергер А. А. Видеть – значит верить. Введение в зрительную коммуникацию. 2-е изд. М., 2005. С. 110.

Мы сделали вывод, что визуальные технологии — это совокупность форм, методов, приемов и средств, с помощью которых создается наглядный материал, который несет заданную смысловую нагрузку и имеет свою цель.

Одной из самых заметных фигур, использующих визуальные политические технологии в виртуальных социальных сетях, является В. В. Путин. Он и летал на стерхах, и ездил на медведях, и гладил коалу, и обнимал девочку и многое другое. С помощью данного визуального ряда пользователи видят в В. В. Путине смелость, доброту и силу, что, несомненно, поднимает его рейтинг.

Кроме данной типологии, мы считаем нужным выделить технологии, направленные на продвижение собственного имиджа и технологии на создание имиджа другому участнику политического процесса.

Технологии, направленные на продвижение собственного имиджа, отличаются открытостью (чаще всего точно известен отправитель) и чаще всего положительным информационным посылом. В технологиях, направленных на создания имиджа другому участнику политического процесса, чаще применяются аморальные, нелегальные методы. В виртуальных социальных сетях применение данных технологии упрощается анонимностью, очень сложно найти отправителя технологий. Так же с помощью технологий для создания имиджа другому человеку, часто применяются аморальные (черные) технологии: слив компромата, лживой информации и т.д.

Исследователи виртуальных социальных сетей выделяют разные политические технологии, встречающиеся в данных сетях. Мы отметим часто встречаемые политические технологии в виртуальных социальных сетях, которые выделены нами:

- Слив компромата<sup>52</sup>. Частым явлением в социальных сетях является анонимное распространение негативной или ложной информации.

---

<sup>52</sup> Роменков А. Интернет-блог как инструмент политической борьбы // Власть. 2008. №7. С. 79-82

- Создание ложной страницы. Так как в социальных сетях анонимная регистрация, каждый пользователь может взять любое имя и распространять от этого имени информацию.

- Коммуникация<sup>53</sup>. Одна из основных политических технологий в социальных сетях. Благодаря непосредственному общению человек чувствует близость к субъекту, а, следовательно, встает на его сторону.

- Распространение информации. Информация зачастую подается под определенным углом. И благодаря, этому происходит влияние на мнение субъекта. Для распространения такого рода информации создаются отдельные группы, блоки, страницы и т.д. Каждая из них борется за влияние на сознания пользователей виртуальной сети.

- Карикатура – является одним из самых популярных видов визуальных политических технологий. Карикатура легко запоминается и легка для восприятия. Через карикатуру могут продвигать свои имидж, как сами участники политического процесса, так и их оппоненты.

- Картинка без сомнений – это самая популярная политическая технология в виртуальных социальных сетях. Картинка вмещает в себе большое количество информации и при этом легко воспринимается, над картинками реже всего нужно думать. Поэтому в настоящее время социальные сети заполняют картинки, с политическим смыслом.

- Видео или фильмы. Данные технологии успешнее всего в таких социальных сетях, как YouTube, направленных на данный вид контента. Несомненным плюсом данных технологий является легкость восприятия информации и передача интерпретации автора.

Однако, уже на данном этапе исследования стоит отметить, что все вышеперечисленные технологии не встретятся в нашей работе, т.к. это связано с местом их применения. В виртуальных социальных сетях тоже существуют

---

<sup>53</sup>Лесконог Н. Ю. Интернет-технологии как инструменты коммуникации в целях повышения политической активности молодежи. [Электронный ресурс]. – URL: <https://cyberleninka.ru/article/v/internet-tehnologii-kak-instrumenty-kommunikatsii-v-tselyah-povysheniya-politicheskoy-aktivnosti-molodezhi> (дата обращения: 20.02.2017).

«территориальные» и временные границы. Например, слив компромата хотя и применяется через сообщества, однако, чаще всего имеет точечный, региональный характер, поэтому они редко попадают в рейтинг популярных сообществ федеральных групп. Из наиболее популярных политических технологий с применением слива компромата мы можем отметить фильм «Он Вам не Димон». Технология распространялась в социальных сетях и имеет большое количество просмотров.

Создание ложной страницы и коммуникация чаще всего применяются не в сообществах, поэтому в данном виде могут не встретиться в нашем исследовании. Хотя и имеют популярность в виртуальных социальных сетях.

Для продвижения деятельности в виртуальных сетях появилось отдельное направление деятельности – SSM. Socialmediamarketing (SMM) — процесс привлечения внимания к бренду, продукту, отдельной личности или группе через социальные платформы.

Подведем основные итоги данной главы. Мы определили, что в виртуальных социальных сетях активно используются политические технологии с целью воздействия на молодежь, однако до конца не ясно как работают данные технологии. Выделенные нами политические технологии, применяемые в виртуальных социальных сетях, не изучены и не описаны в социально-гуманитарных науках. Однако, работа с молодежью в виртуальных социальных сетях активизируется, но для эффективности данной работы необходимо описание ее методов и успешных вариантов данной работы.

## **ГЛАВА 2. ПОЛИТИЧЕСКИЕ ТЕХНОЛОГИИ В ВИРТУАЛЬНЫХ СОЦИАЛЬНЫХ СЕТЯХ: ИТОГИ ЭМПИРИЧЕСКОГО ИССЛЕДОВАНИЯ ПОЛИТИЧЕСКИХ СООБЩЕСТВ В ВИРТУАЛЬНОЙ СОЦИАЛЬНОЙ СЕТИ «ВКОНТАКТЕ»**

### **2.1. Особенности анализа политических технологий в социальных сетях с помощью интервью и традиционного анализа**

Формирование современного информационного общества большинство исследователей связывают с появлением широкополосного интернета и технологий, называемых Web 2.0 (2005-2006 гг.), именно в это время появляются виртуальных социальные сети. Исследователи отмечают, что одной из важнейших функций социальных сетей становится социализация<sup>54</sup>.

Становление информационного общества тесно связывают с интерактивным характером современных политических технологий. Е.П. Белинская отмечает, что в современном мире основную ценность имеют не столько интенсификация информационных потоков, сколько возможность пользователей в них участвовать<sup>55</sup>.

Самой популярной виртуальной социальной сетью в России является «ВКонтакте» (ВК)<sup>56</sup>, которая существует с января 2007 года. На данном сайте только в Екатеринбурге зарегистрировано 2 477 274 человек, большинство из которых посещает его ежедневно. Личная страница (профиль) позволяет составлять информацию о себе, пользователи могут открыто рассказывать о себе, либо придерживаться анонимности. Пользователи сайта могут выходить на связь с другими пользователями, которые могут находиться в любой точке мира, и общаться в реальном времени. Участники коммуникации в социальной

---

<sup>54</sup> Горошко Е.И. Интернет-коммуникации в гендерном измерении // Вестник пермского университета. Выпуск 3, Пермь, 2006. С. 220.

<sup>55</sup> Butler J. Undoing Gender. New York; London: Routledge, 2004. P. 30

<sup>56</sup> ВЦИОМ: Поведение россиян в Интернете и их предпочтения в Сети. 2016.

[Электронный ресурс]. – URL: <http://mresearcher.com/2016/04/vciom-povedenie-rossiyan-v-internete-i-ih-predpochteniya-v-seti.html> (дата обращения: 14.03.2017).

сети «ВКонтакте» имеют возможность искать музыку, смотреть фильмы, обмениваться видео, фотографиями, документами, голосовыми сообщениями и выходить на видеосвязь в реальном времени. Все опции сайта, в том числе приватность, настраиваемы и бесплатны. Мы, как и зарубежные авторы, считаем, что в виртуальных социальных сетях активно идет не только идет рекреационная коммуникация, но и политическая коммуникация и политическая социализация. Доказательством этому выступает присутствие в виртуальных социальных сетях профилей, ведущих российских и зарубежных политиков. Например, при запросе Владимир Путин появляется 16339 профилей, большинство из которых имеют на главной фотографии изображение президента России. В 2013 году по нашей стране прошла волна регистрации ведущих политиков в виртуальных социальных сетях, появились личные страницы губернаторов, мэров крупных городов, депутатов и сенаторов. Вторым доказательством активной политической коммуникации в социальной сети «ВКонтакте» служит существование большого количества групп, объединяющих пользователей с общими интересами, с политической тематикой. Например, при запросе «Политика» появляется 3568 сообществ, имеющих в название слово политика, однако, стоит отметить, что существует не малое количество групп с политической тематикой с другими названиями.

Данное пространство в силу его определенных свойств (относительной анонимности и дистанционного общения) предоставляет возможность использования любых политических технологий без каких-либо последствий. На данном этапе законом не регулируется деятельность групп в социальной сети «ВКонтакте», а авторы политических технологий остаются анонимными.

Мы в своем исследовании работали с популярными группами с политической тематикой в «ВКонтакте». Под нашу выборку попали сообщества с явно выраженной политической тематикой, имеющие в названии или описании слово «политика», которые действуют в течение 1 года и более, которые объединяют в себе более 600000 человек и количество выпускаемых новостей в день у которых превышает 5. В своей работе мы проанализировали

работу данных групп и проведем экспертное интервью с их администраторами групп, которые проецируют политические технологии на молодежь.

Преимущества традиционного анализа:

- Это самый «прозрачный» анализ, достоверность которого легко проверить.
- Данный анализ позволяет охватить все необходимое пространство.
- Метод можно применять к широкому спектру разнообразных типов неструктурированной информации.
- Не требует создания специально обученных исследовательских коллективов.

Недостатки традиционного анализа:

- Оценка носит субъективный характер, что может быть оспорено.
- Исследование быстро потеряет свою актуальность, т.к. контент будет увеличиваться.
- Субъективность исследователя.

Преимущества экспертного онлайн интервью:

- Информанты сами выбирают удобное время для интервью.
- Опосредованная беседа позволяет респондентам говорить правду, не задумываясь о том, какое мнение сложится о них и их деятельности.
- Письменный ответ способствует более точному формулированию мыслей, нежели ответ в устной форме.
- Диалоговая форма позволяет респондентам включиться в исследуемую проблему.
- Письменная форма позволяет исследователю контролировать качество ответов каждого респондента.
- Экспертное интервью позволяет уделить большее внимание деталям и примерам.
- Последовательность в экспертном интервью не позволяет угаснуть заинтересованности респондентов, а скорее наоборот подчеркивает значимость их ответов для исследователя.

- Онлайн методы позволяют получить информацию от той категории людей, которую в повседневной жизни сложно организовать на экспертное интервью.

- Онлайн методы помогают преодолевать территориальные барьеры.

- Сравнительная легкость обработки данных, все ответы уже предоставлены в виде стенограммы.

Недостатки экспертного онлайн интервью:

- Респондент сам того, не планируя может прекратить участие в интервью, и возобновить его только через несколько дней.

- Опосредованное компьютером участие в опросе не всегда позволяет контролировать «чистоту эксперимента», респонденты могут отвлекаться.

- Письменный формат ответов, хотя и способствует четкому формулированию мыслей, но затрудняет набор длинных ответов.

Мы можем сделать вывод, что данные методы подходят для анализа социальных сетей. В нашем исследовании приняли участие 11 групп в социальной сети «ВКонтакте», которые полностью соответствуют нашей выборке.

В своей работе мы будем вычленять применение политических технологий в записях сообществ, имеющих политическую тематику. Как мы уже отмечали выше, среди политических технологий в виртуальных социальных сетях мы выделяем три группы: коммуникативные, информационные и визуальные.

Среди визуальных политических технологий мы выделяем карикатуры, демотиваторы, фотографии, фотоколлажи, картинки, фильмы, видео, презентации и т.д. Главная особенность визуальных политических технологий – это яркая запоминающаяся картинка, вызывающая эмоции. Среди коммуникативных политических технологий мы выделяем опросы и вопросительные публикации, которые побуждают участников сообщества к коммуникации. Среди информационных политических технологий мы выделяем ссылки на сторонние статьи, аналитические записки, публикации с



большим объемом текста. Мы выделяем именно эти технологии, потому что именно они применяются в сообществах в виртуальных социальных сетях, в частности «ВКонтакте».

Мы хотим отметить, что исследования в социальных сетях набирают свою популярность. Ежегодно появляются отчеты о популярности тех или иных сетей, о пользователях данных сетей. Однако, направление, выбранное для исследования нами, является мало исследованным, поэтому опыт проведения подобной работы очень важен. В первую очередь стоит отметить доступность проведения исследования. Для проведения подобных исследований их организатору не нужно перемещаться из одного города в другой, так же нет необходимости связываться с каждым респондентом отдельно, т.к. свое мнение члены сообществ проявляют с помощью комментариев, отметок «Мне нравится» и т.д. Так же стоит отметить сложности данного исследования. Во-первых, быстрая потеря актуальности данных. Сообщества в социальных сетях быстро развиваются, и информация полученная год назад становится не точной. Во-вторых, слишком большой объем данных. Исследователь не может охватить весь массив публикуемой информации в сообществах, поэтому появляется необходимость дополнительной выборки.

Стоит отметить, что зачастую администраторы сообществ с радостью соглашались рассказать о своей деятельности и дать онлайн интервью. Доступ в группы для анализа и проверки его результатов открыт для всех пользователей. Так же на данный момент существуют сторонние программы, деятельность которых направлена на обработку данных в социальных сетях.

## **2.2. Анализ сообществ в виртуальной социальной сети «ВКонтакте» посредством интервью и традиционного анализа**

Анализ политических технологий в сообществах в социальной сети «ВКонтакте» был нами проведен по таким показателям как вовлеченность

членов сообщества в деятельность группы, распространенность и популярность применения различных политических технологий в социальной сети.

Напомним, что под политическими технологиями в социальных сетях в своей работе мы понимаем процесс применения техник и методов, направленный на заранее определенных пользователей данной сети с целью решения политических задач. Таким образом, в своем исследовании мы относим к политическим технологиям те публикации, которые имеют явную политическую тематику, целью, которых является не осведомление о произошедших событиях, а трансляция отношения к какому-либо событию или личности.

В анализе приняли участие 11 групп, деятельность которых длится на протяжении от двух лет, количество участников которых не менее 60 тысяч, у которых количество публикаций в день превышает 5, и которые имеют ярко выраженную политическую тематику. Ниже мы представляем краткий анализ каждой из них.

1.«Острая политика» на данном ресурсе объединено 95307 человек. Уже в описании администрация группы говорит, что в материалах группы будет предоставлен материал, который дает альтернативный взгляд на политику. Авторы предлагают обзоры самых актуальных новостей, экспертную аналитику с разных позиций, лучшие комиксы и картинки о политике и эксклюзивные материалы «изнутри» политических событий. Комментировать записи сообщества может любой пользователь, так же пользователи могут предлагать новости, которые попадут на рассмотрение модератору, но публиковать свои новости самостоятельно подписчики сообщества не могут.

Администрацией и руководством группы занимается молодой человек, который говорит, что «Если паблик позиционирует себя как политически нейтральный и не ангажированный, то продвижение модератором своих ценностей в нем было бы манипуляцией, но полной нейтральности добиться

нельзя. Модератор, хочет он того или нет, всегда будет неосознанно транслировать какие-то свои установки».

При просмотре группы мы увидели аналитические записки о политических событиях, сатиристические картинки, цитаты действующих политиков, аналитическую статистику, видео, изображения и аудио файлы.

При анализе публикаций сообщества по количеству отметок «Мне нравится» самыми популярными стали изображения, которые выступают в роли визуальных политических технологий.

Например, 1 место по количеству отметок «Мне нравится», заняло сатиристическое изображение с изображением Юлии Липницкой и Юлии Тимошенко. С надписью под фотографией российской спортсменки «Юля нормального человека» и надписью под фотографией украинского политика «Юля курильщика». Так же стоит отметить, что фотографии для записи были подобраны не равнозначно: у Юлии Липницкой выбрана одна из лучших и удачных фотографий, а у Юлии Тимошенко выбрана фотография, на которой она получилась не лучшим образом. Мы можем сделать вывод, что это целенаправленное действие для реализации политической технологии. Целью данной технологии мы определили не только трансляцию взглядов администраторов на конкретных людей, но и возвышение России над Украиной и пропаганду российских интересов.

2 место по количеству отметок «Мне нравится» заняло так же изображение, которое получило 7415 отметок «Мне нравится», 1320 репостов, 144 комментария и было опубликовано 5 сентября 2014 года. На изображении идет диалог между президентом России В.В. Путиным и Б.Х. Обамой. На данной картинке мы так же видим применение визуальных политических технологий. Целью данной технологии является пропаганда российских интересов на международном пространстве и возвышение России над США.

3 место по количеству отметок «Мне нравится» занимает картинка, на которой написан текст: «С января 2014 года развод будет стоить 30 тыс. руб. Средняя стоимость за похороны в России 25 тыс. руб. Хорошо, когда есть

выбор». Данный пост характеризует внутреннюю ситуацию в России и показывает с помощью цитаты настроение общества. Данную публикацию мы так же можем воспринимать как визуальную политическую технологию, целью которой выступает осмеивание внутренней ситуации в России.

Самой популярной записью по количеству комментариев стал опрос, в котором администраторы 3 февраля 2016 года, решили выявить лучшего правителя России за последние 100 лет. Среди вариантов ответа присутствовали Николай II, Владимир Ленин, Иосиф Сталин, Никита Хрущев, Леонид Брежнев, Михаил Горбачев, Борис Ельцин, Владимир Путин и Дмитрий Медведев. Запись набрала 1692 комментария, в которой пользователи высказывали свое мнение относительно данного вопроса. В данной записи мы не выявили политических технологий, а считаем ее информационной записью направленной на поднятие уровня активности.

После анализа группы мы можем сделать вывод, что в группе активно используются политические технологии, которые явно проявляются уже после первого просмотра группы. Самыми популярными из них являются картинки. Группа имеет патриотическую направленность во внешней политике и не скрывает внутренних проблем России.

2. «Информационная война» объединяет на своем ресурсе 57268 человек. Данное сообщество своей целью ставит раскрытие теории и практики ведения информационных войн. Администраторы и создатели предлагают обсуждать вопросы влияния СМИ и других инструментов на общество в целом и каждого конкретного индивида в частности. Администрация, в описании своей группы, говорит, что не пропагандирует идеи ни одной из действующих политических сил. Группа имеет ссылки на другие сообщества в социальной сети «ВКонтакте» с политической тематикой. Стоит отметить, что в данной группе открыты комментарии и любой пользователь может оставить свое мнение под новостью. Так же открыты записи на стене и просматривая группу можно увидеть публикации других пользователей, не имеющих отношения к модерации сообществом.

Данное сообщество выделяется из других характером предоставляемой информации. Например, первое место по количеству отметок «Мне нравится» заняла публикация, сделанная 22 июня 2014 года. В публикации с помощью комикса показано как преподносится информация жителям Украины и России. Данная публикация является политической технологией, но ее цель отличается от публикаций в большинстве других сообществ. Авторы транслируют пользователям идею, что не нужно верить ни одни, ни другим СМИ и при этом не занимают определенной позиции.

Однако, среди самых комментируемых записей мы встречаем политические технологии, целью которых является продвижение либеральных ценностей среди читателей. Например, авторы публикуют цитату В.В. Жириновского, как вице-спикера Госдумы «Теракты сейчас идут в Европе, и будут идти. И нам это выгодно. Пусть они там подышают и погибают»

Мы можем сделать вывод, что сообщество Информационная война использует политические технологии для продвижения либеральных ценностей, но большей популярностью пользуются записи, в которых отсутствует трансляция взглядов администраторов сообщества.

3. «Лентач» объединяет в своей группе 1386000 человек. Своим девизом администрация группы провозгласила фразу: «Пропаганда здравого смысла!». В группе «Лентач» идет постоянный сбор средств на работу сообщества. В данной группе, возможность публикации новостей подписчиками сообщества закрыта, но подписчики могут комментировать новости и предлагать свои модераторам.

Администраторы сообщества говорят, что существует редакционная политика, которой необходимо следовать. «В неё могут входить "ценностные установки", которые сложились за время существования издания, которые привлекли читателя и которые отвечают его требованиям. Редактор - проводник этих установок и в нашем случае его особый взгляд может быть как-то отражён, но он не будет радикально отличаться от общей политики

издания». Данный факт позволяет нам предположить, что в сообществе применяются политические технологии, которые выступают в поддержку ценностных ориентаций редакции.

Для читателей администраторы «Лентача» регулярно выставляют новостные ссылки на сторонние ресурсы, аналитические записки, картинки с политической тематикой, видео и другие материалы.

Объединяющим фактором публикаций, которые набрали наибольшее количество отметок «Мне нравится», является наличие яркой картинки. Самыми популярными записями становятся публикации развлекательного характера. Однако, политические технологии так же присутствуют в данном сообществе. Например, 14 мая была опубликована картинка с оптическими иллюзиями, которая сопровождается цитатой В.В. Путина, что реальные доходы россиян растут. Цель данной публикации имеет политическое основание и носит многогранный характер.

После проведения традиционного анализа группы «Лентач» мы можем сделать вывод, что политические технологии, применяемые в группе, находятся на высоком уровне и не просматриваются с первого раза. В целом, группа имеет либеральную направленность, поддерживает российскую оппозицию и критикует действующую власть.

4. «Свободные новости» на площадке данного сообщества объединены 262510 человек. Администраторы говорят, что в стране цензура, а сообщество создано для публикации достойного из прочитанного администраторами. Сообщество ведет свою деятельность во всех распространенных социальных сетях России. В группе идет сбор средств для запуска сайта. Так же пользователи могут предложить свою новость, либо прокомментировать публикации администраторов.

Политические технологии в сообществе проявляются уже в главном изображении. Оно выполнено в синем цвете и имеет яркую красную вставку «Сила в правде». В центре картинки изображен «двуглавый орел», который состоит из разных предметов. Здесь можно увидеть и телевизор, и оружие, и

стакан, и аккордеон, и наручники. Мы считаем, что главное изображение выступает политической технологией, целью которой является рождение сомнений в российской власти и появление мысли, что Россия - это полицейское государство, т.к. на голове орла полицейская фуражка.

Первое место по количеству отметок «Мне нравится» заняла публикация видео жалобы жителей Крымска после ЧС на действующую власть. Без сомнений, данная публикация выступает политической технологией с целью принижения статуса действующей власти в «глазах» подписчиков сообщества.

Второе место по количеству отметок «Мне нравится» заняла публикация аналитической записки о том, что Россию покидают ее жители. Ее заголовок гласит «Повальное бегство. Почему?». Данную публикацию сопровождает картинка разрушенного дома с цитатой В.В. Путина «Запад нам завидует».

Среди исследователей существует мнение, что публикации с большим текстом не получают большой популярности в социальных сетях. Однако, данная запись с 25 мая 2013 года набрала 12047 отметок «Мне нравится, ее прокомментировали 654 раза, и она имеет 3378 репостов. Цель данной публикации не отличается от цели предыдущей публикации в данном сообществе. Стоит отметить, что данный вид политических технологий в социальных сетях самый наименее развитый и популярный.

Так же популярным в сообществе Свободные новости стал видеоролик с преступлениями, которые совершают административные лица. В заголовке записи администраторы ставят вопрос: «Долго еще будем терпеть?» Данная публикация является политической технологией с применением визуальных эффектов - видеоряда. Через видеоролик авторы транслируют свое негативное отношение к действующей власти и ждут одобрения от читателей сообщества.

Стоит отметить, что наибольшее количество комментариев набрала публикация новостной записки, об акции феминисток у стен Кремля, сделанная 8 марта 2017. Запись набрала всего 162 лайка, но 2224 комментария, что выступает важным показателем активности группы. Через данную запись

авторы транслируют феминистические идеи, которые в нашем современном российском обществе принято считать либеральными.

Администратор данного сообщества считает, что «Паблик формулирует отношение к происходящим событиям. Помогает формировать позицию и отношение тем, кто примерно понимает, но сам не может разложить по полочкам, ведь это мыслительный процесс, требующий времени». Из чего мы можем сделать вывод, что применение политических технологии в сообществе обдуманно и целенаправленно.

Таким образом, мы можем сделать вывод, что группа «Свободные новости» в социальной сети «ВКонтакте» имеет либеральную тематику и распространяет критику действующей власти и режима, либеральные ценности. В каждой публикации авторы, применяя политические технологии, транслируют взгляды сообщества и зачастую ждут поддержки от читателей. Стоит отметить, что в данном сообществе наибольшей популярностью пользуются технологии, которые в других сообществах не занимают лидирующих позиции, либо занимают их редко. Например, длинные аналитические записки или новостные статьи, видеоролики. Подтверждением этому выступает запись, набравшая 2047 репостов, что максимально для данного сообщества. В записи рассказывается история о равнодушии работников аэропорта Шереметьево и приводится 5 комментариев случившегося. Мы можем сделать вывод, что аудитория «Свободных новостей» значительно отличается от аудиторий, тех групп о которых мы писали выше.

5. «Политкач/Политика». Сообщество объединяет 112685 пользователей. Девизом авторы сообщества провозгласили фразу: «Политика, которую Вы заслужили!». В группе открыты комментарии, любой пользователь может оставить свое мнение о публикуемом контенте. Однако, предложить запись, либо опубликовать свою новость в сообществе пользователи не могут.



Администратор сообщества говорит, что редакция старается придерживаться общего политическому курсу государства, но также отмечает, что редакция «В последнее время позволяет себе комментарии по внутренней политике/событиям. Ведь мы живем в этой стране».

Главным изображением группы выступает красный крест на фоне Красной площади. Мы считаем, что через данное изображение авторы стремятся показать направление работы группы. Однако четкой позиции создателей по данному изображению мы проследить не можем. Через данное изображение авторы транслируют свое отношение к действующей власти, режиму и политической системе России, таким образом мы можем сделать вывод, что изображение используется в качестве политической технологии для передачи либеральных ценностей.

Так же среди публикаций, получивших максимальную положительную реакцию встречаются политические технологии. Например, первое место по количеству отметок «Мне нравится» занимает фотоколлаж с изображением В.В. Путина, С.К. Шойгу, С.В. Лаврова и текстом «Если считаешь этих людей крутыми политиками подпишись на Политкач». Мы считаем, что данная публикация играет роль политической технологии, которая ставит основной целью привлечение новых пользователей, а второй целью является трансляция поддержки политиков, изображения, которых используются. Второе место получила публикация фотографии ветеранов Второй мировой войны на Красной площади с подписью «Ветерану 114 лет. Спасибо за ПОБЕДУ!». Из данной записи мы также видим в группе трансляцию идей патриотической направленности. Стоит отметить, что наибольшую положительную реакцию в группе получают публикации патриотической направленности, в основе которых находится изображение.

Самой комментируемой записью в сообществе Политкач стал опрос участников, созданный 4 января 2017 года. Авторы в данной публикации хотят узнать, хотят ли участники сообщества, чтобы В.В. Путин остался на четвертый срок президентства. Данный пост набрал 3824 комментария, где

встречаются кардинально разные точки зрения. Сообщество разделилось на 2 полюса. Одни считают, что В.В. Путину необходимо остаться на четвертый срок, вторые придерживаются противоположной точки зрения. Однако, стоит отметить, что 74,8% опрошенных считают, что В.В. Путину нужно стать президентом России в четвертый раз. Данный опрос дает описание пользователей сообщества, большинство из них разделяют точку зрения, транслирующую в сообществе.

Пророссийский анекдот на тему «Как бы выглядела переписка ООН, если бы они создали беседу ВКонтакте» занимает лидирующее место в данном сообществе по количеству поделившихся.

Мы можем сделать вывод, что в сообществе Политкач активно применяются политические технологии для трансляции патриотических и проправительственных идеи. Наиболее популярными из них являются визуальные политические технологии – технологии, с использованием изображения.

6. «ПОЛИТ юмор». Данное сообщество объединяет 86511 человек. В описании сообщества создатели говорят, что «Строгих дядек наверху больше всего раздражает, когда над нами смеются». Администраторы с радостью принимают предложенный подписчиками контент. Однако, в сообществе закрыто комментирование постов, а значит подписчики не полностью могут участвовать в коммуникации.

Первое место по количеству отметок «Мне нравится» занимает публикация фотографии лидеров 4 парламентских партий России В.В. Жириновского, Г.А. Зюганова, Д.А. Медведева, С.М. Миронова. На фотографии крупным белым шрифтом написано: «Когда эти РЕБЯТА будут ОБЕЩАТЬ поднять уровень Вашей жизни в следующем году на НЕБЫВАЛУЮ высоту, задайте себе вопрос: А что мешало им ЭТО сделать в течение последних 20 лет, когда они были у Власти?». Данная публикация сделана в преддверии выборов в Государственную Думу 20 августа 2016 года.

Запись выступает политической технологией с использованием изображения и транслирует оппозиционные взгляды на политическую ситуацию в России.

Второе место заняла публикация картинка зрительного зала, в котором у каждого слушателя на ушах размешена лапша. На картинке стоит подпись, что 25 апреля состоится прямая линия с В.В. Путиным. Данная запись сделана 25 апреля 2013 года и является политической технологией целью, которой выступает продвижение оппозиционных настроений у членов сообщества.

Среди лидеров по количеству отметок «Мне нравится» в группе Полит юмор есть переделанное детское стихотворение:

«Ехали медведи на велосипеде

А за ними кот задом наперед

(ст.213 Хулиганство)

А за ним комарики

На воздушном шарике

(ст.211 Угон воздушного судна; ст.271 Нарушение правил международных полетов)» - через данную публикацию, которая является политической технологией, авторы транслируют свое несерьезное отношение к действующему законодательству, а, следовательно, вновь высказывают критику законодательной ветви власти.

Мы можем сделать вывод, что самыми популярными политическими технологиями сообщества «Полит юмор» являются технологии с использованием изображения. Через данные методы администраторы транслируют критику действующей власти, режима и политической системы.

7. «Нетипичная политика». Группа объединяет 120216 пользователей социальной сети. Администраторы создали возрастной ценз вступления в группу, так членами сообщества могут стать только достигшие совершеннолетия люди. В свою очередь администраторы предлагают политический юмор, авторские публикации, которые нельзя будет найти в других группах, ежедневные опросы, патриотические демотиваторы, коммуникацию между подписчиками. Стоит отметить, что это первая группа,

которая не скрывает с самых первых строк своей направленности и не отрицает применение политических технологий, т.к. под патриотическими демотиваторами мы видим политические технологии, которые направлены на поддержание провластной позиции. В сообществе можно предложить новость и прокомментировать уже опубликованные.

Администратор сообщества считает, что каждая группа в социальной сети это плод своего создателя, который вправе делать с ней что хочет, следовательно, применение политических технологий входит в это число. Так же он отмечает, что в своих группах он старается придерживаться изначально принятой позиции и не менять направления в процессе работы группы.

Главным изображением сообщества выступает карикатура, которой В.В. Путин несет на плече Дональда Трампа. Так же присутствует пометка 18+ и яркая красная запись «Нетипичная политика». Мы считаем, что изображение выступает политической технологией, целью которой является трансляция пророссийских взглядов в международной политике.

Самой популярной записью по количеству отметок «Мне нравится» стало изображение георгиевской ленты, с подписью «На моей стене уважают ветеранов». В комментарии к изображению авторы предлагают добавить данную запись на личные страницы пользователей. Мы считаем, что кроме продвижения сообщества, у данной публикации есть и политическая цель. Однако, четко проследить риторику сообщества по одной записи невозможно.

Если просматривать самые популярные записи данного сообщества, то мы увидим, что все они направлены на поддержание правительственной линии в международных отношениях, поддержки действующей власти. Абсолютное большинство из них — это визуальные политические технологии, с использованием изображения. Например, авторы публикуют фотографию березы с вопросом сколько лайков наберет русская береза, учитывая, что «заморские пальмы» набирают 5000, или авторы публикуют фотографию Ким Чен Ына, который держит плакат с надписью «Если этот пост наберет 10000 лайков, я вмажу ракетой по США». Посты в данном сообществе похожи друг

на друга своей риторикой и моделью подачи, но отличаются датами публикации. 6 самых популярных постов сделаны с 2014 по 2017 год.

Однако, самой комментируемой записью стала публикация 16 октября 2015 года информационной записки с заголовком «Аплодируем Путину стоя!». В ней говорится о причинах отказа Украине во вступлении в ЕС, про В.В. Путина в данной записи нет ничего кроме заголовка. Большинство пользователей, которые прокомментировали запись делятся своими положительными эмоциями. Немногая часть из 1774 комментариев заканчивается знаком вопроса, но критики данной записи в комментариях нет.

Мы можем сделать вывод, что аудитория группы сформирована и разделяет взгляды администраторов, которые транслируются с помощью политических технологий в группе.

8. «Мировая политика». Сообщество объединяет 96651 участников. Сообщество не дает открытого описания своих целей и философии. Однако, на эту тему нам удалось пообщаться с администраторами данного сообщества. Главной целью администраторы называют – «расширение кругозора людей и большее понимание происходящих процессов». В сообществе доступно комментирование новостей, но под запретом предложение и публикация своих, таким образом подписчики не могут воспользоваться всеми каналами коммуникации на данной площадке.

Самой популярной записью по количеству отметок «Мне нравится» является публикация фотографии В.В. Путина с его цитатой в комментарии к изображению. «Что позволено Юпитеру, то не позволено быку. Но медведь ни у кого разрешения спрашивать не будет. И тайги своей не отдаст. К нам не лезьте и не корчите из себя вершителей судеб мира» - цитируют администраторы. Из данной записи мы можем сделать вывод, что президента России В.В. Путина администрация поддерживает, так же его поддерживают 5347 подписчиков сообщества, т.к. они поставили отметку «Мне нравится». Данная публикация сделана 8 ноября 2014 года.

Второе место по количеству отметок «Мне нравится» заняла публикация, сделанная 10 ноября 2016 года. К записи прикреплено изображение В.В. Жириновского с цитатой «Мы направим в Америку еще 10 миллионов русских и изберем в Америке своего президента». Авторы комментируют, что нужно внимательнее слушать Жириновского. Данная запись выступает в роли политической технологии, т.к. преследует цели трансляции политической информации, а не исключительно информирования.

Третье, четвертое и пятое места по количеству отметок «Мне нравится» в данном сообществе так же занимают политические технологии с использованием изображения. 2 из них это фотографии В.В. Путина с его цитатами или комментариями авторов. Так же данные записи занимают лидирующие позиции по количеству пользователей, которые рассказали о записи на своих личных страницах.

Самыми комментируемыми записями стали аналитические записки. В данных записях авторы предлагают взгляд жителей Украины и Польши на политическую позицию и ситуацию в России. В записях авторы не поддерживают жителей выше обозначенных стран и транслируют позицию поддержки России.

Мы можем сделать вывод, что самой популярной политической технологией в сообществе Мировая политика является политическая технология с использованием изображения. Однако, авторы данных технологий говорят: «Мы читателям не навязываем свою точку зрения, они сами должны думать и решать, что отвечает их ожиданиям, а что – нет».

9. «НАША политика». На данном ресурсе объединено 88197 человек. Девизом данного сообщества выступает цитата В.В. Путина: «Наша страна вовлечена во все мировые процессы. Мы не имеем права «проспать» разворачивающуюся в мире информационную революцию. Сообщество имеет ссылки на другие группы в социальной сети с политической тематикой, а значит работает в открытом режиме. В сообществе доступно комментирование новостей, но под запретом предложение и публикация

своих, таким образом подписчики не могут воспользоваться всеми каналами коммуникации на данной площадке.

Целью сообщества администраторы считают: «Обратить внимание людей на то что Россия развивается, но не сама по себе, а благодаря тем, кто трудится и совершает героические поступки». Администрация сообщества считает, что трансляция мнения не запрещена и администраторы имеют на это право. Однако, они отмечают, что «должен быть жесткий контроль СМИ, ТВ и всего что транслирует какие-либо идеи. Должна быть идеология, которая должна распространяться как государственная»

Главным изображением сообщества выступает надпись: «Наша политика», где слово «наша» оформлено в стилистике гжель, а слово «политика» написано красным цветом. Мы считаем, что через данное изображение авторы транслируют традиционные ценности.

В самой популярной публикации используется фотография ветерана Второй мировой войны с вопросом авторов «Сколько лайков наберет наш ветеран?». Как мы уже выяснили подобные политические технологии распространены в сообществах в социальной сети «ВКонтакте» и в каждой группе занимают лидирующие позиции рейтинга.

Так же лидером по количеству отметок «Мне нравится» стала публикация, которую мы уже описывали. Она была опубликована в сообществе Политкач 19 декабря 2016 года, в сообществе «Наша политика» данная публикация была сделана 17 октября 2016 года. На фото изображены ведущие российские политики В.В. Путин, С.В. Лавров, С.К. Шойгу, а в комментариях авторы отмечают, что если пользователи считают данных политиков крутыми, то им необходимо подписаться на сообщество Наша политика.

Самой комментируемой записью стал опрос «Как Вы проголосуете, если бы президентские выборы прошли 2 апреля?». Публикация была сделана 1 апреля 2017 года и имеет три варианта ответа «За Путина», «Против Путина»,

«Не пойду Голосовать». Показательно, что 51% участников группы выбрали первый вариант.

Мы можем сделать вывод, что аудитория сообщества сформирована и в большинстве своем разделяет взгляды администраторов сообщества и положительно реагирует на используемые политические технологии.

10. «Русский мир/Политика/Новости/История». В группе состоит 69245 человек. В группе пользователи могут предложить новость, и она попадет на модерацию к администраторам. Публикация своих новостей и комментирование уже вышедших в группе запрещено, что влияет на внутреннюю коммуникацию участников группы.

Администраторы данного сообщества признают применение политических технологий и считают: «У каждого человека своя точка зрения, мы распространяем новости с оптимальной точки зрения для решения той или иной проблемы/задачи».

Самой популярной записью по количеству отметок «Мне нравится» стала публикация фотографии танкиста с вопросом «Как проехать к дому Яроша?» Данная публикация является политической технологией с использованием изображения. С помощью нее авторы пытаются вознести Россию над Украиной.

Второй записью по количеству отметок «Мне нравится» стала публикация, предложенная подписчиком сообщества. В записи используется фотография, на которой изображен молодой человек. В подписи сказано, что это украинский десантник, который был убит за отказ стрелять в русских. В комментариях автор пишет, что данный факт, это фашизм со стороны Украины. Мы считаем, что данная запись так же является политической технологией и направлена на понижение статуса Украины в глазах подписчиков сообщества. Запись опубликована 3 мая 2014 года.

Призыв вступления в ряды отряда информационной защиты Славянска стал лидером по количеству положительной реакции пользователей. Запись сделана 30 мая и так же направлена на русско-украинские отношения. Стоит



отметить, что пик популярности группы был в мае 2014 года на тему русско-украинских отношений. Группа ведет свою активную деятельность и в настоящее время, но активность подписчиков значительно ниже, хотя своих основных целей и тем для публикаций администраторы сообщества не изменили.

11. «ВЕЛИКАЯ РОССИЯ/ Армия/ История / Геополитика». Сообщество объединяет на своем ресурсе 159849 человек. В группе пользователи лишены внутренней коммуникации, запрещено предлагать и публиковать свои новости и комментарии.

Администраторы сообщества о трансляции личных ценностей говорят: «Собственные ценности - нет, политические предприятия - да. Мы транслируем в большинстве пабликов официальную политику/новости из официальных источников. Если выражаем свое мнение, то не выходим за рамки политики».

Главным изображением группы выступает монумент «Родина-мать» с подписью внизу «анти USA». Мы считаем, что это открытое применение политических технологий, главной целью которых является возвышение России на мировой арене.

Самая популярная запись в сообществе ВЕЛИКАЯ РОССИЯ/ Армия/ История / Геополитика набрала 22454 отметок «Мне нравится» и была сделана 17 декабря 2014 года. В публикации авторы спрашивают, сколько думающих людей из населения России готовы открыто сказать, что они против США. К данному вопросу добавлена фотоколлаж с флагом США, Статуей Свободы и надписью «USAterrorist №1». Мы считаем, что через данную публикацию авторы не только хотят привлечь новых участников сообщества, но и стремятся использовать ее в качестве политической технологии. Главной целью, которой является дискредитация США в глазах подписчиков сообщества.

Второй по количеству отметок «Мне нравится» является публикация о том, что президент России В.В. Путин подписал указ о награждении

командира экипажа сбитого в Сирии российского бомбардировщика Су-24 Звездой Героя России посмертно. Запись выступает в роли политической технологии, целью которой является поддержка действующего президента России.

7126 отметок «Мне нравится» набрала фотография американского политика Дженнифер Псаки с подписью «Мои мысли – мои псакуны». Данная публикация выступает в роли политической технологии, целью которой является поддержание действующей в России власти и курса в международных отношениях.

Самой комментируемой записью в данном сообществе стала карта Украины, в состав которой входят несколько российских областей. Пользователи крайне негативно отнеслись к данной информации и зачастую в комментариях проявляют свои отрицательные эмоции.

Мы можем сделать вывод, что в данном сообществе активно используются политические технологии, целью которых является продвижение идей российского правительства и негативная окраска стран, которые конкурируют с Россией.

### **2.3. Результаты эмпирического исследования политических сообществ в виртуальной социальной сети «ВКонтакте»**

В проведенном нами исследовании приняло участие 11 сообществ в виртуальной социальной сети «ВКонтакте», которые имеют политическую тематику. Нами был проведен традиционный анализ сообщества и интервью с администраторами сообществ.

Стоит отметить, что по своей тематике группы разные, но каждая из них освещает политические события России и других стран. Способы подачи одних и тех же новостей в группах отличаются. В целом все сообщества можно разделить на 2 группы. Первая, патриотической направленности. В данных сообществах транслируются новости в поддержку действующего президента РФ и правительства, продвигаются идеи уникальности нашей страны и в

большинстве внутренних проблем нашего государства винят в европейские страны или США. Даже если, эти идеи не транслируются в открытой форме, мы их можем увидеть через новостной контент и политические технологии, применяемыми администраторами. Вторая группа имеет оппозиционную или либеральную направленность. Данные сообщества несут идеи полностью противоположные вышеперечисленным.

Данная статистика является показательной для нашего исследования и проходит красной нитью у каждого респондента.

Первое наше наблюдение, это опыт работы администраторов. Большинство администраторов групп в виртуальных социальных сетях имеют опыт работы от 1 года и выше. Только один респондент сказал, что у него опыт работы администратором в сообществе 1 год, тогда как большинство администраторов ведет свою активную деятельность 3-4 года. В течение нашего исследования мы выяснили, что одни и те же люди выступают администраторами в нескольких сообществах, чем больше опыт, тем больше сообществ находятся под руководством администратора. Например, один администратор работает сразу в 13 сообществах, модерацией и администрированием которых он занимается постоянно. Так же администраторов приглашают в новые недавно созданные сообщества для их рекламы. Администраторы поделились, что существует «свой круг» профессионалов, которые поддерживают общение между собой и всегда готовы помочь коллегам. Из данной информации мы можем сделать вывод, что в нашем обществе сформировалась новая профессия - администратор групп в социальных сетях, определить на нее спрос мы пока не можем. Однако, количество групп в социальных сетях с каждым днем растет, а за ним и растет спрос на данную профессию.

Так же существует существенное различие между подходом к работе у администраторов сообществ в виртуальной социальной сети «ВКонтакте». Малая часть администраторов подходит к деятельности как к работе, тогда как

для большинства данная деятельность является хобби, делом жизни, которым они занимаются в свободное время.

Стоит отметить и осмысленность деятельности, многие администраторы не представляют своих подписчиков и не могут четко сформулировать цель деятельности их сообщества. Мы считаем это важным показателем, так как группы имеют охват более 60000 подписчиков, администраторы которых ставят главной целью трансляцию определенных ценностных установок, не понимают главных особенностей читателей. Появляется вопрос, дают ли должный эффект применяемые политические технологии? Однако, каждый администратор, хотя и не может описать своего читателя, точно уверен, что большинство подписчиков поддерживают транслируемые идеи и ожидают от них положительных комментариев и репостов. Данную уверенность администраторы подкрепляют ростом новых подписчиков, количеством положительных и отрицательных комментариев и количеством репостов.

Далее мы хотим проанализировать возможность применения и непосредственное применение политических технологий. Каждый администратор считает, что руководство имеет право транслировать ценности, нормы и идеи, разделяемые ими, либо те, которые считает нужными. Более того, в 50% сообществ существует политическая линия, которой необходимо придерживаться администраторам и подбирать новости, подкрепляющие данную линию. В сообществах запрещена публикация новостей иной точки зрения. 4 модератора из 3, сказали, что их сообщества не публикуют новости имеющие двойную трактовку, а публикуют исключительно те новости, в правдивости которых они уверены. Однако, в ходе традиционного анализа данных сообществ мы заметили такие новости. Например, в сообществе «Лентач» выражают недовольство административными органами после того, как на лице А. Навального появилась зеленка, а сообществе «Русский мир» говорят о возможности совершения данного поступка самим Навальным

Зачастую администраторы публикуют новости, которые вызовут одобрение у их читателей, исходя из этого подбирают новый контент и

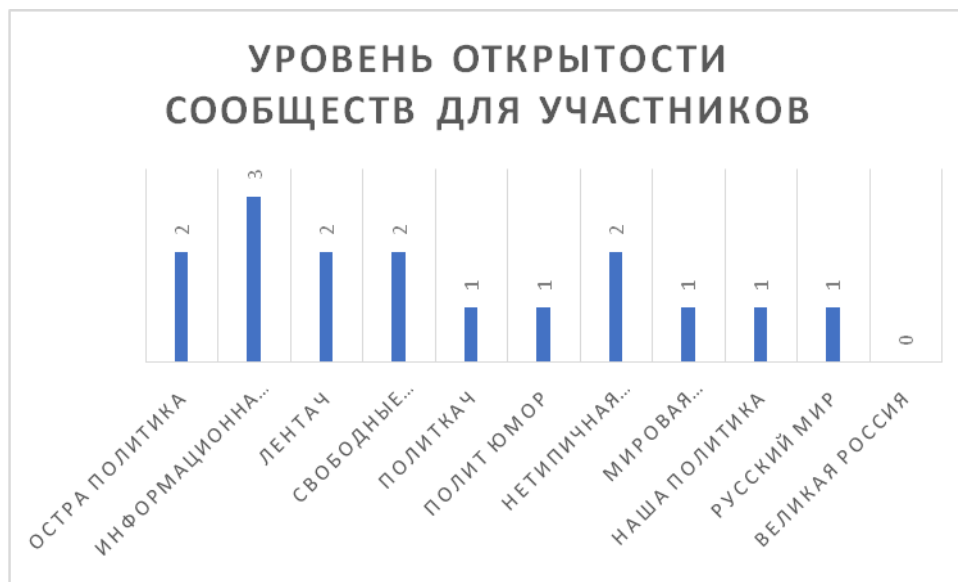
создают его. «В нашей группе сформировался определенный контингент, который ждет новостей, не о том, как Путин гладит коал, а чего-то более важного» Так у нас формируется новый вопрос. Формируют мнение читателей администраторы или они только идут за потребностью своих читателей?

На данном этапе стоит отметить, что автор зачастую принимает решение о публикации новости самостоятельно, а большинство авторов публикуют новости после внутреннего морального одобрения. Следовательно, политическая линия играет важную роль, но не главенствующую.

Мы можем сделать вывод, что работа администраторов является основополагающей деятельностью в создании политических технологий. Но на данном уровне развития политических сообществ в социальной сети «ВКонтакте» администраторы некоторых сообществ не понимают своей значимости, поэтому влияние на молодежь идет двухстороннее и, иногда, молодежь влияет на создаваемые политические технологии сильнее, чем политические технологии на неё.

Анализ сообществ проводился нами по отдельной схеме. Первый показатель, который мы выделили – это открытость сообщества. Мы считаем, что данный фактор важен при работе с молодежью, т.к. чем выше уровень открытости, тем легче молодежи включаться в процесс работы группы. Для составления рейтинга открытости группы мы использовали 3 критерия. Первый - возможность оставлять комментарии у участников сообщества. В случае если у участников есть возможность комментирования записей, они вступают во взаимодействие с администраторами и другими участниками группы, благодаря этому активность в группе возрастает, а модераторы могут определить влияние политических технологий на членов сообщества. Второй критерий – возможность участников предлагать новости администраторам. Не каждое сообщество дает возможность участникам развивать информационный контент, через функцию «предложить новость». Через данную функцию участники проявляют свои интерес, а так же показывают свои политические предпочтения, через что администраторы могут определить разделяют ли

пользователи точку зрения сообщества. Третий критерий – возможность публиковать новости без предварительной модерации. Данная возможность распространена в малом количестве групп, но является показателем доверия администраторов участникам сообщества.



**Рис. 2. Уровень открытости сообществ для участников**

По итогам рассмотрения индекса открытости сообществ, мы определили, что большинство сообществ предпочитают умеренную и неполную открытость. Мы считаем, что это значит, что администраторы не доверяют информации, которую подбирают участники сообщества и не уверены в полной поддержке политического курса группы. Так же стоит отметить, что администраторы не готовы закрываться от мнения участников группы, т.к. оно является основополагающим для подбора контента в большинстве сообществ. В интервью каждого администратора сообщества мы можем найти необходимость поддержки аудиторией.

Большинство администраторов считают, что трансляция через размещаемый контент необходимых ценностей возможна и сообщества имеют на это право. Мы можем сделать вывод, что администраторы и применяют политические технологии в своей деятельности, и одобряют их применение в деятельности других групп.

Напомним, что под политическими технологиями мы понимаем процесс применения техник и методов, направленный на заранее определенную аудиторию людей с целью решения политических задач. В начале нашей работы мы выделили три основных типа политических технологий в виртуальных социальных сетях:

- коммуникативные технологии;
- информационные технологии;
- визуальные технологии.

В результате проведенного исследования мы определили, что визуальные политические технологии наиболее популярны в политических сообществах в социальной сети «ВКонтакте». В данном графике к коммуникативным технологиям мы отнесли опросы и публикации, в которых авторы ждут ответа на вопрос от пользователей сообщества. Зачастую коммуникативные технологии выступают самыми обсуждаемыми записями в сообществах, их комментирует большое количество пользователей, что поднимает активность участников группы. Поэтому мы не можем назвать данные технологии неэффективными, т.к. они не просто привлекают внимание, но и заставляют включиться в работу сообщества и обсуждение проблемы участников группы.



### Рис. 3. Распространенность различных видов политических технологий

К информационным технологиям мы отнесли аналитические записки, ссылки на новостные статьи и политические анекдоты. Данные технологии популярны в отдельных группах, поэтому мы можем делать вывод, что работают не на всю аудиторию молодежи.

К визуальным политическим технологиям мы отнесли использование изображений и видеофайлов. Данные технологии оказались самыми популярными и по количеству применения их администраторами и по количеству отметок «Мне нравится» у пользователей социальной сети «ВКонтакте». Самым популярным видом визуальных политических технологий выступают технологии с использованием изображения с коротким комментарием автора. Зачастую данные изображения вызывают смех или другие яркие эмоции.

Стоит отметить, что зачастую в данных технологиях используется изображение ведущих политиков; их фотографии используются как для того чтобы поднять их статус в глазах членов сообщества, так и наоборот.



Рис. 4. Используемое изображение в визуальных политических технологиях

Чаще всего в визуальных политических технологиях используется изображение В.В. Путина, на втором месте стоит В.В. Жириновский. Мы



можем сделать вывод, что данные политики наиболее обсуждаемые личности в социальной сети «ВКонтакте». Так же администраторы сообществ использует главные изображения групп в роли визуальных политических технологий и транслируют через них ценности и идеи, которые поддерживаются в группе.

Стоит отметить, что пик применения популярности политических технологий в исследуемых сообществах приходился на март-май 2014 года. Большинство публикаций, сделанных в это время относятся к кризису российско-украинских отношений. Данные публикации до настоящего времени остаются самыми популярными по охвату аудитории.

На данном этапе нашей работы мы хотим вернуться к технологиям, которые мы называли первой части нашей работы.

Слив компромата чаще всего применяется в скрытом формате, возможно это связано с особенностями подачи данного компромата в виртуальных социальных сетях. Записи с большим количеством текста не занимают лидирующих позиций по количеству отметок «Мне нравится», поэтому слив компромата также перерос в визуальные технологии. Первый формат подачи компромата – видео. Мы можем отметить фильм «Он Вам не Димон», в котором раскрываются коррупционные связи Д. А. Медведева. Данное видео стало популярным в виртуальной социальной сети «ВКонтакте» и его опубликовали все группы, имеющие оппозиционную направленность. Второй формат подачи – демотиватор или картинка. Именно в данном формате подачи компромат имеет скрытую форму. К данному формату мы можем отнести картинки с цитатами политиков или подписям, которые компрометируют их. Например, публикация в сообществе «Информационная война» фотографии и цитаты В. В. Жириновского, как вице-спикера Госдумы «Теракты сейчас идут в Европе, и будут идти. И нам это выгодно. Пусть они там подышают и погибают». Данная фраза вырвана из контекста выступления и преподносит ее автора в неблагоприятном виде. Данную публикацию мы считаем

политической технологией, т.к. она несет за собой политическую цель – понижение статуса политика.

Нам в работе не встретила технология с созданием ложной страницы, т.к. мы не занимались детальным анализом страниц политиков в виртуальной социальной сети «ВКонтакте». Их деятельность в политических сообществах не заметна.

Технология коммуникации в нашем исследовании проявилась в виде коммуникативных политических технологий. К коммуникации администраторы сообщества побуждают пользователей через опросы и вопросительные публикации. Однако, данные записи редко занимают лидирующие позиции по количеству отметок «Мне нравится», но они становятся лидерами по количеству комментариев. Плюс данных записей – это объединение пользователей посредством диалога. Именно этот инструмент позволяет наладить двухстороннюю коммуникацию между пользователями и администраторами, между пользователями и другими пользователями. Коммуникация необходима для определения курса развития политических технологий в группе. Подтверждением этому выступают опросы, публикуемые администраторами для определения курса развития группы. Примеры подобных опросов мы приводили в своей работе.

Распространение информации является одной из самых распространенных технологий. Она применяется как в роли информационных технологий, так и в коммуникативных и визуальных. Главным отличием является количество распространяемой информации. В информационных технологиях – это большой объем информации, в визуальных и коммуникативных – это не большой объем информации. В целом, информация выступает главным атрибутом политических технологий как в виртуальных социальных сетях, так и нет. Примером может служить любая публикация, т.к. все они содержат необходимую для трансляции информацию.

Карикатура, картинка без сомнений, видео или фильмы являются самыми популярными политическими технологиями в сообществах в

виртуальной социальной сети «ВКонтакте». Они применяются во всех сообществах и имеют максимальный охват аудитории. Данный факт доказательно представлен на диаграмме самых популярных политических технологий.

На основании проведенного исследования, мы можем сделать *вывод*, что наибольшую реакцию молодежи получают политические технологии, применяемые в виртуальных социальных сетях, которые соответствуют следующим критериям:

- имеют запоминающуюся картинку;
- имеют небольшой по объему текст;
- не противоречат политической направленности группы;
- актуальны во время применения;
- порождают диалог у членов сообществ;
- транслируют ценности большинства участников сообщества.

Стоит отметить, что во всех группах в социальной сети «ВКонтакте» применяются политические технологии, воздействие которых направленно на молодежь. Молодежь активно включается в работу данных технологий, помогая авторам оценивать правильность и неправильность направлений работы, выполняя роль не только объекта, но и субъекта политических технологий. Политические технологии активно развиваются и становятся совершеннее. Стоит отметить, что уровень развития политических технологий в некоторых группах настолько высок, что цель технологии сложно определить. Исследования в данном поле необходимо продолжать, чтобы описать все механизмы и методы воздействия политических технологий в виртуальных социальных сетях на молодежь.

## **ЗАКЛЮЧЕНИЕ**

В работе рассмотрены особенности политических технологий, популярных в виртуальных социальных сетях. В результате нашей работы мы можем сделать следующие выводы.

Во-первых, мы сделали вывод, что политические технологии – это процесс применения техник и методов, направленный на заранее определенную аудиторию людей с целью решения политических задач. Так же можно определенным образом констатировать, что современные политические технологии происходят от форм и методов западной политической борьбы. Своим современным обликом они обязаны современному информационному обществу, чье технологическое развитие позволяет связать в единое медиа-пространство весь мир, что делает возможным существование глобальных политических технологий.

Во-вторых, в своей работе мы пользовались определением виртуальных социальных сетей Д. В. Михеля, которое говорит, что «Виртуальные социальная сеть – это онлайн-сервис, который позволяет объединять людей по определенному принципу, предоставляя им удобные инструменты общения и самовыражения».

Однако стоит отметить, что исследования в виртуальных социальных сетях только набирают свою популярность. На данном этапе подобных исследований очень мало. Зачастую исследователи занимаются изучением включенности определенных групп в различные социальные сети, вычисляя тем самым популярность виртуальных социальных сетей у молодежи, старшего поколения и т.д.

Стоит отметить, что с развитием интернет сообщества политические технологии стремительно переходят в виртуальные социальные сети. Данные сети представляют собой активную многопользовательскую среду, позволяющую общаться одновременно группе пользователей. К таким сетям мы относим: ВКонтакте, Одноклассники, Facebook, Мой Мир, LiveJournal, Instagram, Twitter и др. Виртуальные социальные сети сейчас являются

механизмом для применения политических технологий качественно нового уровня, поэтому мы можем найти политиков и чиновников любого уровня среди пользователей виртуальных социальных сетей. Однако, политические технологии, применяемые в виртуальных социальных сетях, имеют много особенностей и отличий от традиционных политических технологий. Первая особенность – это скорость применения. Вторая особенность – возможность быстрого реагирования на обратную связь. Третья особенность – наличие огромных просторов для агитации и черного пиара. (Социальные сети анонимны, и практически невозможно определить отправителя информации.) Так же виртуальным социальным сетям присущи такие свойства как выявление новых лидеров, относительная свобода слова и высказываний. Так же существует много других особенностей, которые еще недостаточно изучены.

Стоит отметить, что виртуальные социальные сети открывают новые возможности, которые раньше были недоступны. Например: возможность осуществлять социальную, политическую агитацию, содержащую механизмы обратной связи; возможность оперативно реагировать на запросы граждан, идущие напрямую, через социальную сеть и др.

Благодаря данным особенностям и свойствам виртуальных социальных сетей они стали новым механизмом применения политических технологий.

В данной работе мы пришли к выводу, что политические технологии в социально-политических процессах применяются достаточно часто и показывают свою эффективность, это доказывают примеры, приведенные нами в работе. Однако, данный вопрос является плохо изученным, поэтому мы считаем наше исследование актуальным и необходимым. В результате нашего исследования мы подтвердили 3 гипотезы, которые мы ставили в начале работы.

Самые популярные политические технологии, применяющиеся в виртуальных социальных сетях, визуальные политические технологии. Еще в начале своей работы мы определили визуальные политические технологии,

как совокупность форм, методов, приемов и средств, с помощью которых создается наглядный материал, который несет заданную смысловую нагрузку и имеет свою цель. В период традиционных политических технологий роль визуальных политических технологий выполняли рекламные баннеры на улицах, видео ролики по телевидению, листовки и другое. В виртуальных социальных сетях роль визуальных политических технологий выполняют фотографии, карикатуры, демотиваторы и другие картинки, а также фильмы и видео. Зачастую политические технологии с использованием изображения являются основой работы администраторов с политической информацией в социальных сетях. Именно такие записи получают наибольшую реакцию от пользователей данных сетей в виде отметок «Мне нравится», «репостов» и комментариев. Созданная политическая технология администраторами одного сообщества очень быстро распространяется в сети Интернет и появляется в других группах, так создатели данной технологии охватывают все больший круг людей.

Так же в нашем исследовании подтвердилась наша вторая гипотеза, что большинство молодежи проявляют положительную реакцию на применение политических технологий и разделяют позиции администрации сообщества. Данную реакцию в своем исследовании мы отслеживали через комментарии пользователей, отметки «Мне нравится» и «репосты». Молодежь не просто воспринимает с одобрением получаемый контент, но и через комментарии выступает его субъектом. Члены сообществ высказывают свое мнение в комментариях, а администраторы на основании данных комментариев создают новые политические технологии.

Мы уже отмечали в своей работе о подтверждении нашей третьей гипотезы. Большинство групп в виртуальной социальной сети «ВКонтакте» носят пропагандистский характер. Все отобранные нами сообщества можно разделить на 2 направления. Первое, патриотической или проправительственной направленности. В данных сообществах транслируются новости в поддержку действующего президента РФ и

правительства, продвигаются идеи уникальности нашей страны и в большинстве внутренних проблем нашего государства винят в европейские страны или США. Даже если, эти идеи не транслируются в открытой форме, мы их можем увидеть через новостной контент и политические технологии, применяемыми администраторами. Вторая группа имеет оппозиционную или либеральную направленность. Данные сообщества несут идеи полностью противоположные вышеперечисленным. Мы в своей работе не встретили групп не пропагандистского характера.

В онлайн интервью администраторы подтвердили нашу 4 гипотезу. Большинство администраторов, считают, что трансляция определенных ценностей и идей в сообществах в виртуальной сети «ВКонтакте» возможна и применима. Так же многие администраторы, говорят, что в их сообществах есть внутренняя политическая линия, которой должно следовать сообщество. Так мы можем сделать вывод, что администраторы считают приемлемым применение политических технологий. Однако, в политических сообществах в виртуальной социальной сети «ВКонтакте» работают не профессионалы политологи или политтехнологи, поэтому администраторы зачастую не понимают значение политических технологий и не могут четко выделить на кого направлены публикации. Отсутствие профессионалов в данной отрасли значительно тормозит развитие политических технологий в социальных сетях.

Мы сделали вывод, что во всех группах в социальной сети «ВКонтакте» применяются политические технологии, воздействие которых направленно на молодежь. Молодежь выступает объектом и субъектом применения политических технологий. Через развитые возможности социальных сетей молодежь активно включается в работу данных технологий, помогая авторам оценивать правильность и неправильность направлений работы. Политические технологии активно развиваются и становятся совершеннее. Уже сейчас существуют сообщества, в которых применение политических технологий завуалировано и не четко прослеживается, однако, каждая запись выполняет свою стратегическую политическую цель. Исследования в данном

поле необходимо продолжать, чтобы описать все механизмы и методы воздействия политических технологий в виртуальных социальных сетях на молодежь.



## СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

1. Анохин М. Г. Политические технологии // Вестник Российского университета дружбы народов. Сер. 21. Политология. 2000. № 2. С. 101-104.
2. Анохин М. Г. Современные технологии эффективной политики: Учеб. пособие. – М.: РУДН, 2008. - 239 с.
3. Бард А., Зодерквист Я. Нетократия. Новая правящая элита и жизнь после капитализма / Перевод с шведского языка. — СПб.: Стокгольмская школа экономики в Санкт-Петербурге, 2004. – 252 с.
4. Барнс Дж. Англия, Англия. М.: Эксмо; СПб.: Домино, 2012. – 352 с.
5. Бергер А. А. Видеть – значит верить. Введение в зрительную коммуникацию. 2-е изд. М., 2005. - 288 с.
6. Боярских А. В. Избирательные технологии – вера или разум? Механизмы социального регулирования электорального поведения. М.: Палеолит, 2009. – 228 с.
7. Веселкова Н. В., Прямикова Е. В. Социальная компетентность взросления. Екатеринбург.: Изд-во Урал. ун-та, 2005. – 290 с.
8. Вишневский Ю. Р., Шапко В. Т. Актуальные проблемы социологии молодежи // Актуальные проблемы социологии молодежи / под общ. ред. Ю.Р. Вишневского. Екатеринбург: УрФУ, 2010. – 679 с.
9. Вишневский Ю. Р., Шапко В. Т. Социология молодежи: учебник. Екатеринбург: ГОУВПОУГТУ-УПИ, 2006. – 332 с.
10. Вовлечение молодежи в жизнь общества. Презентация гипотезы российского научного исследования: коллективная монография / Под ред. д-ра. пед.н., профессора С. С. Гиля – М.: Издательство РГСУ, 2007. – 149 с.
11. Гайсина Э. И. Политико-коммуникативные технологии: понятие и сущность // Ученые записки Казанского университета. Казань. № 5. 2011. С. 143-149.
12. Гарр Т. Р. Почему люди бунтуют. СПб.: Питер, 2005. – 461 с.
13. Горошко Е.И. Интернет-коммуникации в гендерном измерении // Вестник пермского университета. Выпуск 3, Пермь, 2006. С. 219-229.

14. Гришин О. Е. Политические технологии в XXI веке: сущность, спектр, характер // PolitBook, 2, М., 2014. С. 19-32
15. Губанов Д. А., Новиков Д. А., Чхартишвили А. Г. Социальные сети: модели информационного влияния, управления и противоборства. М.: Издательство физико-математической литературы, 2010. С. 228.
16. Гусев Д. В., Матвейчев О. А., Хазеев Р. Р., Черняков С. Ю. Уши машут ослом. Современное социальное программирование. М.: Alex J BaksterCroup, 2002. – 96 с.
17. Дегтярев А. А. Методологические подходы и концептуальные модели в интерпретации политических решений // Полис. 2003. № 1. С. 159 – 170
18. Джабасов А. А. Политические технологии в региональных избирательных кампаниях: диссертация ... кандидата политических наук. М. 2000. С. 158
19. Елишев С. О. Современные подходы к определению понятия «молодежь» в социологии // Вестник Московского Государственного Университета. Серия 18: Социология и политология. 2009. Т. 18. № 3. С. 186-191.
20. Ефимова И. Н., Маковейчук А. В. Социальные сети как новый механизм формирования имиджа субъектов политической деятельности // Известия Алтайского государственного университета, № 4-1, Барнаул, 2012. С. 244-248.
21. Зиммель Г. Как возможно общество? // Г. Зиммель. Избранное: в 2 т. М., 1996. Т. 2. – 607 с.
22. Иванчук Н. В. Политические технологии и антитехнологии как регуляторы человеческой деятельности. // Социальные регуляторы человеческой деятельности: философия, методология и прикладные технологии. Уфа, 1995. С. 64-67.
23. Кастельс М. Галактика Интернет: Размышления об Интернете, бизнесе и обществе. Екатеринбург: У-Фактория, 2004. – 328 с.
24. Ковлер А. И. Избирательные технологии: российский и зарубежный опыт. М.: ИГП РАН, 1995. – 116 с.

25. Комарова М. С. Молодежь как объект государственной политики: специфика формирования общественно-политического потенциала // Среднерусский вестник общественных наук. 2015. №6. С. 47-52.
26. Кон И. С. НТР и проблема социализации молодежи. М., 1988. – 63 с.
27. Краснов Б. И., Авцинова Г. И., Сосина И. А. Политический анализ, прогноз, технологии. М.: Изд-во МГСУ, 2002. – 235 с.
28. Лисовский В. Т. О молодежи и молодежной политике. В 2 т. / под общей редакцией А.А. Козлова. СПб., 2005. – 186 с.
29. Луков В. А. Теории молодежи: междисциплинарный анализ: науч. монография [Текст] / В. А. Луков. – М.: «Канон+» РООИ «Реабилитация». 2012. – 202 с.
30. Малкин Е. Б., Сучков Е. Б. Политические технологии. М.: НП ИД «Русская панорама», 2012. – 688 с.
31. Марков М. Технология и эффективность социального управления. М.: Прогресс, 1982. – 265 с.
32. Матвейчев О. А., Новиков Ю. В. Предвыборная кампания: практика против теории. Екатеринбург: Издательство Уральского университета, 2003. – 186 с.
33. Ожегов С. И. Словарь русского языка. М., 1960. С. 428, - 1370 с.
34. Паренти М. Демократия для немногих. - Пер. с англ. - М.: Прогресс, 1990. – 504 с.
35. Полуэктов В. В. От двери к двери. Полевые технологии в избирательной кампании. М.: Русская панорама, 2002. – 240 с.
36. Полуэктов В. В. Полевые и манипулятивные технологии. М.: Русская панорама, 2003. – 480 с.
37. Римский клуб. История создания, избранные доклады и выступления, официальные материалы / под ред. Д. М. Гвишиниани. М. 1997. – 384 с.
38. Рейнгольд Г. Умная толпа: новая социальная революция: пер. с англ. М.: Фаир-Пресс, 2006. – 416 с.

39. Роменков А. Интернет-блог как инструмент политической борьбы // Власть. 2008. №7. С. 79-82
40. Руденкин Д. В., Руденкина А. И. Виртуальные социальные сети как среда зарождения и распространения политического протеста: основные сложности анализа // Экология медиасреды: проблемы безопасности и рационального использования коммуникативных ресурсов. Материалы второй Международной научно-практической конференции. Москва. 2016. С. 50-53
41. Рыбаков А. В. Избирательное право и избирательные системы // Социально-политический журнал. 1998. № 2. С. 15-20.
42. Сайганова Е. В. Трансформация роли молодежи в современном обществе // Изв. Саратов. ун-та Нов. сер. Сер. Социология. Политология. 2015. №1. С. 30-36
43. Соловьев А. И. Политология. Политическая теория. Политические технологии. М.: Аспект Пресс, 2006. – 286 с.
44. Токвиль А. Демократия в Америке. - М.: Прогресс, 1994. – 554 с.
45. Тощенко Ж. Т. Метаморфозы общественного сознания: методологические основы социологического анализа // Социол. исслед., 2001. № 6. С. 8-14.
46. Фролова О. А. Особенности политических технологий двух президентских кампаний Барака Обамы // Общество: политика, экономика, право, № 1, Краснодар, 2014. С. 32-36.
47. Хантингтон С. Политический порядок в меняющихся обществах. М.: Прогресс-Традиция, 2004. – 480 с.
48. Чупров В. И. Социология молодежи на рубеже своего тридцатилетия // Социологические исследования. 1994. № 6. С. 52-53.
49. Чупров В. И., Zubok Ю. А. Социология молодежи: учебник / В.И. Чупров, Ю. А. Zubok. – М.: Норма: ИНФРА-М, 2011. – 361 с.
50. Шабров О. Ф. Политические технологии // Знание. Понимание. Умение. 2012. № 4. С. 328-330.

51. Энгельс Ф. Революция и контрреволюция в Германии // Маркс К., Энгельс Ф. Соч. 2-е изд. М.: Политиздат. 8. – 148 с.
52. Энциклопедия философских наук. М., 1977. – 471 с.
53. Newcomb T. An approach to the study of communicative acts // Psychological Review. 1953. Vol. 60. P. 393-404.
54. Serge S. A. Durkheimian Network Theory // Journal of Classical Sociology, 2004, Vol. 4, No. 2, P. 213-218.
55. ВЦИОМ: Оперативная социология в социальных медиа. Факты и прогнозы. 2004. [Электронный ресурс]. – URL: <http://wciom.ru/fileadmin/file/nauka/grusha2014/s4/Arushanov.pdf> (дата обращения: 12.11.2016).
56. ВЦИОМ: Поведение россиян в Интернете и их предпочтения в Сети. 2016.[Электронный ресурс]. – URL: <http://mresearcher.com/2016/04/vciom-povedenie-rossiyan-v-internete-i-ih-predpochteniya-v-seti.html> (дата обращения: 14.03.2017).
57. ВЦИОМ: Социальные сети: кто туда ходит и зачем? [Электронный ресурс]. – URL: <https://wciom.ru/index.php?id=236&uid=116254> (дата обращения: 02.06.2017)
58. Исследовательский холдинг Ромир // Социально-сетевая жизнь. 2015.[Электронный ресурс]. – URL: [http://romir.ru/studies/670\\_1432155600/](http://romir.ru/studies/670_1432155600/) (дата обращения: 1.04.2017).
59. Леванов В. А. Новые технологии и способы использования новых медиа в политической борьбе 2011-2012 гг. в России. 2014.[Электронный ресурс]. – URL: [https://lomonosov-msu.ru/archive/Lomonosov\\_2014/2545/2200\\_30385\\_6f5063.pdf](https://lomonosov-msu.ru/archive/Lomonosov_2014/2545/2200_30385_6f5063.pdf)(дата обращения: 20.02.2017).
60. Лесконог Н. Ю. Интернет-технологии как инструменты коммуникации в целях повышения политической активности молодежи. .[Электронный ресурс]. – URL: [https://cyberleninka.ru/article/v/internet-tehnologii-kak-](https://cyberleninka.ru/article/v/internet-tehnologii-kak)

instrumenty-kommunikatsii-v-tselyah-povysheniya-politicheskoy-aktivnosti-molodezhi (дата обращения: 20.02.2017).

61. Масалов А. Г. Теоретические подходы к определению сущности молодежи // Локус: люди, общество, культуры, смыслы. 2012. №2. [Электронный ресурс]. – URL: <http://cyberleninka.ru/article/n/teoreticheskie-podhody-k-opredeleniyu-suschnosti-molodezhi> (дата обращения: 20.05.2017).

62. Михель Д. В. Виртуальные социальные сети как феномен информационного общества. 2014.[Электронный ресурс]. – URL: [http://scjournal.ru/articles/issn\\_1997-292X\\_2014\\_9-2\\_22.pdf](http://scjournal.ru/articles/issn_1997-292X_2014_9-2_22.pdf) (дата обращения: 18.03.2017).

63. Мокрушина Е.В. Воздействие политического PR на молодежь в социальных сетях // ActaDiurna. [Электронный ресурс]. – URL: [http://psujourn.narod.ru/vestnik/vyp\\_6/moc\\_soc.htm](http://psujourn.narod.ru/vestnik/vyp_6/moc_soc.htm) (дата обращения: 18.03.2017).

64. Павленко В. В. Роль современных социальных сетей в социальных и политических технологиях. [Электронный ресурс]. – URL: <http://hsjournal.org/wp-content/uploads/2012/11/pavlenko.pdf>(дата обращения: 18.03.2017).

65. Подсокорский Н. Перспективы использования социальных сетей для политического продвижения. [Электронный ресурс]. – URL: <http://blog.greensmm.ru/?p=98> (дата обращения: 18.03.2017).

66. Пресс-выпуск №2860 // ВЦИОМ [Электронный ресурс]. – URL: <https://wciom.ru/index.php?id=236&uid=115294> (дата обращения: 20.05.2017).

67. Проект Федерального закона № 428343-4 "О государственной молодежной политике в Российской Федерации" [Электронный ресурс]. – URL: <http://kavdjaradze.ru/lawdrafts/2/> (дата обращения: 15.05.2017).

68. Прохоров А. Социальные сети и Интернет // Компьютер Пресс. [Электронный ресурс]. – URL: <http://www.compress.ru/article.aspx?id=16723&iid=776> (дата обращения: 18.03.2017).

69. Развитие интернета в регионах России. [Электронный ресурс]. – URL: [https://yandex.ru/company/researches/2015/ya\\_internet\\_regions\\_2015/](https://yandex.ru/company/researches/2015/ya_internet_regions_2015/) (дата обращения: 18.03.2017).
70. Социальные интернет-сети как политическое оружие и инструмент конкурентной борьбы // Капитал страны: Федеральное интернет-издание. [Электронный ресурс]. –URL: <http://www.kapital-rus.ru/articles/article/183584/> (дата обращения: 18.03.2017).
71. Энциклопедия социологии. [Электронный ресурс]. – URL: <http://slovari.yandex.ru/dict/sociology> (дата обращения: 18.03.2017).
72. Эрдоган Р. Т. Заявление премьер-министра. [Электронный ресурс]. – URL: [http://news.putc.org/news/facebook\\_i\\_twitter\\_ehto\\_zlo/2013-06-03-1479](http://news.putc.org/news/facebook_i_twitter_ehto_zlo/2013-06-03-1479) (дата обращения: 18.03.2017).
73. BrandAnalytics Социальные сети в России зима 2015-2016. [Электронный ресурс]. – URL: [http://branalytics.ru/sample\\_report/social\\_network\\_russia\\_winter\\_2015\\_2016.pdf](http://branalytics.ru/sample_report/social_network_russia_winter_2015_2016.pdf) (дата обращения: 18.03.2017).
74. NeverEndingFriendingрезультатыисследования. [Электронныйресурс]. – URL: [ttp://mediarevolution.ru/audience/behavior/730.html](http://mediarevolution.ru/audience/behavior/730.html) (датаобращения: 18.03.2017).

## ПРИЛОЖЕНИЯ

### Приложение 1

#### **Программа исследования.**

Тема: Молодежь как объект политических технологий в виртуальных социальных сетях.

#### **Методологический раздел.**

**Актуальность исследования:** Виртуальные социальные сети появились в России, сравнительно недавно. Например, социальная сеть «ВКонтакте» появилась в 2007 году, на сегодняшний день сайт ежедневного посещают 70 миллионов пользователей. Виртуальные социальные сети – среда массовой коммуникации молодежи, что порождает запрос на использование их в политических целях для работы с молодежной аудиторией. Стоит отметить, что в последнее время государство активизировало свою работу с молодежью, через виртуальные социальные сети. Доказательством тому выступают, прошедшие 22 мая 2017 года парламентские слушания «О молодежной политике в Российской Федерации» и появление официальных аккаунтов Государственной Думы РФ во всех социальных сетях.

Однако, политические технологии, которые применяются в социальных сетях для работы с молодежью, до конца не ясны. На данный момент существует уже много примеров, когда социальные сети были главенствующим фактором политических событий: революция в Египте, акция молчаливого протеста в Белоруссии, президент США Б.Обама решил использовать социальные сети в своей предвыборной кампании и в том числе благодаря этому занял свой пост. На примерах мы видим результат применения политических технологий, а в теоретической части социально-гуманитарных наук отсутствуют точное описания самих технологий и методов их применения.

**Проблема:** Молодежь явно поддается на политические манипуляции, в том числе в социальных сетях. К примеру, на митинги Алексея Навального 26



марта вышла молодежь мобилизованная через виртуальные социальные сети. Молодые люди активно выражали свою позицию и не боялись наказания за несанкционированные митинги. Так же мы можем привести мобилизацию молодежи через социальные сети на Украине, в Ливии, Египте. Однозначно, мы можем говорить, что реакция молодежи в виртуальных социальных сетях есть, но не на все технологии. На данный момент до конца не понятно, почему на какие-то технологии реакция есть, а на какие-то нет.

В совокупности это порождает исследовательский запрос на установление политических технологий, применение которых в социальных сетях приводит к наиболее эффективному воздействию на молодежь.

**Объект исследования:** молодежь, принимающая активное участие в коммуникации через виртуальную социальную сеть «ВКонтакте».

**Предмет исследования:** практика работы молодежи с политическими технологиями в социальных сетях.

**Цель исследования:** Описание политических технологий, применяемых в социальных сетях и реакции на них молодежи, принимающей активное участие в политической коммуникации через виртуальную социальную сеть «ВКонтакте».

**Стратегии исследования:** В данном исследовании будет применена качественная стратегия исследования, включающая в себя 2 метода исследования. Первый метод – традиционный анализ, второй - экспертное онлайн-интервью.

**Задачи:**

1. Проанализировать работу популярных групп с политической тематикой в социальной сети «ВКонтакте», методом традиционного анализа. Выявить применение политических технологий, определить характер группы и ее направленность. Проанализировать подписчиков группы на объект принятия и непринятия информации, выявить общие черты наиболее активных пользователей.

2. Проанализировать различные типы групп в виртуальной социальной сети «ВКонтакте».

3. Проанализировать реакцию молодежи на получаемую информацию.

4. Узнать видение администраторов популярных групп с политической тематикой в социальной сети «ВКонтакте» на работу группы и применение политических технологий. Проанализировать характер взаимодействия администраторов с аудиторией.

### **Эмпирическая интерпретация основных понятий:**

Группы в социальных сетях – сообщество пользователей, объединенных общими интересами.

Отметки «Мне нравится», возможность рассказать друзьям, комментарии как оценка работы сообщества пользователями и реакция молодежи на получаемую информацию.

### **Теоретическая интерпретация основных понятий:**

**Политические технологии** – процесс воздействия на людей, определенными способами и методами для достижения заданной цели.

**Виртуальные социальные сети** – это определенные онлайн-сервисы, которые позволяют объединить людей по определенному принципу, предоставляя им удобные инструменты для общения и самовыражения. В своем исследовании мы будем использовать самую популярную виртуальную социальную сеть в России «ВКонтакте».

**Политическая коммуникация** – это передача и обмен информацией, идеями, эмоциями, навыками, смыслами и т.п. в сфере политики с помощью разнообразных символов (слов, картин, графиков, музыки и т.д.) между субъектами политики и гражданами в ходе их формальных и неформальных взаимодействий.

**Гипотеза №1:** Самыми популярными являются визуальные политические технологии.

**Гипотеза №2:** Большинство молодежи проявляют положительную реакцию на применение политических технологий и разделяют позиции администрации сообщества.

**Гипотеза №3:** Большинство групп в виртуальной социальной сети «ВКонтакте» носят пропагандистский характер.

**Гипотеза №4:** Политические технологии, применяемые администраторами, носят осознанный характер.

**Гипотеза №5:** Молодежь в виртуальных социальных сетях выступает как объект, так и как субъект политических технологий.

### **Методический раздел**

**Выборочный метод:** В исследовании примут участие группы в социальной сети «ВКонтакте», количество подписчиков которых более 60000 человек, которые имеют не менее 5 публикаций в 1 день, которые работают более 1 года, и их администраторы.

**Метод исследования:** Мы считаем, что наша работа не может быть качественной без проведения традиционного анализа каждой отобранной группы в социальной сети «ВКонтакте». Не имея представления о качестве, характере и главных особенностях группы, нельзя провести качественное экспертное интервью.

Экспертное интервью с администраторами популярных сообществ в социальной сети «ВКонтакте» имеет много положительных качеств, что является важным показателем для нас. Во-первых, сами информанты выбирают удобное время для интервью. Во-вторых, опосредованная беседа позволяет респондентам говорить правду, не задумываясь о том, какое мнение сложится о них и их деятельности. В-третьих, письменный ответ способствует более точному формулированию мыслей, нежели ответ в устной форме. В-четвертых, диалоговая форма позволяет респондентам включиться в исследуемую проблему. Так же письменная форма позволяет исследователю контролировать качество ответов каждого респондента. Стоит отметить что, экспертное интервью позволяет уделить большее внимание деталям и

примерам. Подробнее о преимуществах и недостатках данного метода мы расскажем во второй главе нашей работы.

### **Инструментарий для традиционного анализа:**

1. Анализ целей и основной политической линии сообществ.
2. Анализ самых популярных записей сообществ.
3. Выявление применения политических технологий.
4. Сравнение применяемых политических технологий и анализ популярных.

### **Инструментарий для экспертного интервью:**

Основные темы для интервью с администраторами популярных сообществ:

- 1) Длительность модерации и количество модерлируемых групп в социальных сетях.
- 2) Основная философия и цель сообщества.
- 3) Типичный пользователь сообщества.
- 4) Поддержка читателями позиции сообщества, ее разделение, ее трактовка.
- 5) Распространение в группе информация по просьбе кого-либо не имеющего отношения к модерации в группе.
- 6) Влияния сообщества на подписчиков и авторитет сообщества.
- 7) Опираясь на что, автор принимает решение о публикации новости, решения о репостах из других групп.
- 8) За счет каких факторов автор формирует свое мнение, транслирующее в группе.
- 9) Какой вы ждете реакции от читателей сообщества на публикуемую новость, какую получаете, как реагируете. Отношение к непопулярным мнениям в сообществе.
- 10) Имеет ли право модератор через размещаемый контент транслировать собственные ценностные установки и/или политические предпочтения? Трансляция в модерлируемых сообществах.

11) Размещение новостей двойной трактовки, с одной точки зрения.

**Стенограмма онлайн-интервью с администраторами политических сообществ в социальной сети «ВКонтакте»**

**Эксперт № 1, администратор сообщества «Острая политика»**

- Как давно вы модерируете группы в социальной сети «ВКонтакте»?
- Уже 3-4 года. Начинал с маленьких местных групп.
- Много ли групп в социальной сети ВКонтакте находится под Вашей модерацией?
- 1 группа, Острая политика, её аудитория почти 100 тысяч.
- Как Вы считаете Ваш читатель разделяет Вашу позицию по отношению к той информации, которую распространяет Ваша группа? Мне кажется, читатели в целом разделяют позицию паблика (иначе они бы не были подписаны на паблик), но часто предпочитает более радикальный подход. Я же стараюсь придерживаться умеренной или нейтральной интерпретации.
- Распространяется ли в Вашей группе информация по просьбе кого-либо не имеющего отношения к модерации в группе?
- Да, бывает. Реклама или если в очень редких случаях знакомый модератору человек хочет опубликовать что-то интересное по теме
- Как влияет Ваше сообщество на ваших подписчиков?
- Я думаю подписчики благодаря данному паблику 1) получают информацию о событиях, 2) просвещаются по вопросам политики, истории и т.п. 3) закрепляют свои уже существующие политические предпочтения. Есть также одно негативное последствие, характерное для паблика: постоянные и бессмысленные срачи в комментариях, спамеры, боты и тролли. Думаю это оказывает очень негативное воздействие на любого читающего комментарии
- Как Вы считаете, имеет ли Ваше сообщество авторитет в глазах Ваших читателей?

- Судя по некоторым отзывам, имеет. Но кое-кто выражает недовольство по различным причинам.

- Опираясь на что автор принимает решение о публикации новости? Если эта новость либо вызывает позитивные эмоции, а следовательно лайки, репосты (интересная, смешная новость, вызывающая гордость за страну и т.п.), либо она актуальная, либо затрагивающая жизнь многих людей, либо произошло какое-то чрезвычайное событие (теракты, смерть политика). Гораздо интересней, мне кажется, не то, что модератор решает опубликовать, а то, что он решает НЕ публиковать. Например, многие группы опубликуют новость если сборная России что-нибудь выиграет, но вряд ли многие напишут о том, что сборная кому-то позорно проиграла. То есть тут уже элемент ценностей и предпочтений модератора. Но в своем паблике я стараюсь этот элемент минимизировать.

- Как принимаются решения о репостах из других групп?

Мы не делаем репосты просто потому что нам понравился пост из другого паблика, потому что любой репост - это реклама другого паблика, а реклама делается либо платно, либо по взаимному обмену.

- За счет каких факторов автор формирует свое мнение, транслирующее в группе?

- У любого человека, есть свое мнение, сформированное жизненным опытом, книгами, которые он прочитал, родственниками, пропагандой и т.п. Но в нашем паблике мы предлагаем более или менее взвешенный подход.

- Какой вы ждете реакции от читателей сообщества на публикуемую новость?

- Лайка, репоста, публикации осмысленного комментария, позитивной реакции, поднятия настроения, гордости, размышлений над интересным фактом или противоречащей его мнению информацией.

- Какова основная философия Вашего сообщества?

- Объективность. Баланс познавательного и развлекательного

- А цель Вашего сообщества?

- Информировать и развлекать людей, получая с этого какую-то прибыль или другую выгоду

- На Ваш взгляд, имеет ли право модератор через размещаемый контент транслировать собственные ценностные установки и/или политические предпочтения? А Вы транслируете?

- Если паблик позиционирует себя как политически нейтральный и неангажированный, то продвижение модератором своих ценностей в нем было бы манипуляцией. Но полной нейтральности добиться нельзя. Модератор, хочет он того или нет, всегда будет неосознанно транслировать какие-то свои установки - уже на этапе отбора того, что достойно публикации. В своем паблике я стараюсь соблюдать политическую нейтральность насколько это возможно, не публикую фейки, новости формулирую нейтрально. Если я хочу продвинуть что-то идейно близкое мне (что я делаю нечасто), то делаю это с учетом интереса конкретно моей аудитории и в целом аудитории рунета. Я не буду публиковать то, от чего люди будут отписываться

- Случается ли такое, что в Вашей группе распространяются новости, которые дают информацию только с одной точки зрения?

- Иногда бывает, но чаще всего для юмористического эффекта. Иногда аудитория сама требует односторонние новости, но в таких случаях я стараюсь вводить обороты вроде "С точки зрения российских властей...".

- Опишите типичного пользователя Вашего сообщества?

- Судя по статистике и результатам опросов, в основном это патриотично настроенные мужчины от 18 до 25 лет

- Как Вы относитесь к непопулярным мнениям, которые высказывают читатели Вашего сообщества?

- Плюрализм мнений должен быть. Именно поэтому у нас включены комментарии и проводятся опросы по тому или иному спорному вопросу.

**Эксперт № 2, администратор сообщества «...»**

- Как давно вы модерируете группы в социальной сети «ВКонтакте»?

- Примерно 3-4 года.



- Много ли групп в социальной сети ВКонтакте находится под Вашей модерацией?

- 13 групп с аудиторией 100-300 тыс. Я не хочу говорить их название т. к. я там в тени.

- Как Вы считаете Ваш читатель разделяет Вашу позицию по отношению к той информации, которую распространяет Ваша группа?

- Думаю, в большинстве своем да. Иначе люди отписываются.

- Распространяется ли в Вашей группе информация по просьбе кого-либо не имеющего отношения к модерации в группе?

- Да. Админы тоже кушать хотят. Распространяется реклама и «заказные» посты.

- Как влияет Ваше сообщество на ваших подписчиков?

- Положительно, мы надеемся (смеется). Если серьезно, мы такие анализы не проводим.

- Как Вы считаете, имеет ли Ваше сообщество авторитет в глазах Ваших читателей?

- Хотелось бы верить, что имеет. Не задумывались как-то

- Опираясь на что автор принимает решение о публикации новости?

- Мейнстрим/популярность/острые темы. Работаем по повестке дня

- Как принимаются решения о репостах из других групп?

- Публикуем только платные репосты или взаимные

- За счет каких факторов автор формирует свое мнение, транслирующее в группе?

- Мы не форсим свое мнение. Мнение одного человека нам мало интересно, будь то аналитика или еще какая-нибудь вода. Верим, что это позволяет аудитории формировать свое мнение на происходящие события

- На Ваш взгляд, имеет ли право модератор через размещаемый контент транслировать собственные ценностные установки и/или политические предпочтения? А Вы транслируете?

- Конечно, имеет. Другой вопрос: кого он вокруг себя соберет. Полит аудитория капризная. Стараемся придерживаться общему курсу, но последнее время позволяем себе комментарии по внутренней политике/событиям. Ведь мы живем в этой стране

- Случается ли такое, что в Вашей группе распространяются новости, которые дают информацию только с одной точки зрения?

- Случается. Освещать все стороны и мнения - непозволительно. Хотя бы потому, что в VK есть лимит на посты. Проще взять версию официального представителя и не париться.

- Какой вы ждете реакции от читателей сообщества на публикуемую новость?

-Конструктивную, по делу

-Какова основная философия Вашего сообщества?

- Скажу честно, как таковую философию мы не определяем, но в каждой группе формируется своя. Одна либерально направленная, другая нацелена на патриотов.

- А основная идея?

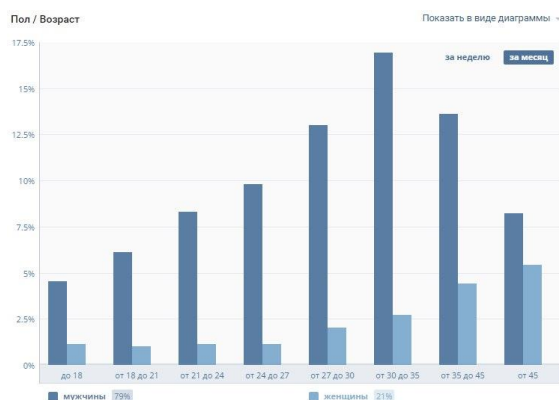
- Мы, как живой организм - эволюционируем со временем. Всегда рады попробовать что-то новое. Сейчас работаем по новостям, но прошли через многое: мемы/уникальный авторский контент и т.д. Что-то модно, что-то вышло из моды, а что-то вечно

- Какова цель Вашего сообщества?

- Расти. Цели, как таковой нет. Сегодня нравится этим заниматься, завтра можем все перечеркнуть.

- Опишите типичного пользователя Вашего сообщества?

- Давайте я Вам лучше это на графике проиллюстрирую.



- А если говорить о его интересах, Стиле жизни?

- Понятия не имею. Мне это неинтересно

- Как Вы относитесь к непопулярным мнениям, которые высказывают читатели Вашего сообщества?

- Положительно, лишь бы это никого не оскорбляло

**Эксперт № 3, администратор сообщества «Нетипичная политика»**

- Как давно вы модерируете группы в социальной сети «ВКонтакте»?

- Модерирую уже 2 года, одну и ту же группу. Начинал с Нетипичной политики в ней сейчас и работаю.

- Другие группы не модерируете?

- Нет.

- Распространяется ли в Вашей группе информация по просьбе кого-либо не имеющего отношения к модерации в группе?

- Да. Либо это реклама, либо платные посты. Случается, что другие пользователи предлагают что-нибудь интересное.

- Как влияет Ваше сообщество на ваших подписчиков?

- Позитивно (улыбается). Группа у меня политического юмора, влияет позитивно.

- Мне хотелось узнать, что вы понимаете под позитивным влиянием?

- Настроение поднимает, что можно понимать под словом юмор.

- Как Вы считаете, имеет ли Ваше сообщество авторитет в глазах Ваших читателей?

- Да

- Опираясь на что автор принимает решение о публикации новости?
- Каждый автор индивидуально принимает подобные решения.
- Может быть приведете пример, чтобы я поняла, как происходит решение о публикации?
- Группа политически патриотическая, картинки должны быть связаны с политикой, направляться на юмор
- Как принимаются решения о репостах из других групп?
- Индивидуально по каждому случаю редакцией.
- За счет каких факторов автор формирует свое мнение, транслирующее в группе?
- Из моего повседневного жизненного опыта
- На Ваш взгляд, имеет ли право модератор через размещаемый контент транслировать собственные ценностные установки и/или политические предпочтения? А Вы транслируете?
- Каждая группа это уже в своем роде предпочтение создателя, если я создаю группу с каким-то политическим направлением значит я его поддерживаю. Я ведь не буду создавать группу Единой России, например, и там рекламировать оппозицию.
- Случается ли такое, что в Вашей группе распространяются новости, которые дают информацию только с одной точки зрения?
- Да
- Как Вы считаете Ваш читатель разделяет Вашу позицию по отношению к той информации, которую распространяет Ваша группа?
- Не сомневаюсь в этом. Можете комментарии посмотреть.
- Как Вы относитесь к непопулярным мнениям, которые высказывают читатели Вашего сообщества?
- Ни как, у каждого своё мнение.

**Эксперт № 4, администратор сообщества «Свободные новости»**

- Как давно вы модерируете группы в социальной сети «ВКонтакте»?
- Уже 7 лет.

- Много ли групп в социальной сети ВКонтакте находится под Вашей модерацией?

- Достаточно много проектов в разных соцсетях. Свободные новости. Ну и ПолитЮмор. Но он самый крупный не по подписчикам, а по охвату. Причем в Одноклассниках.

- Как Вы считаете Ваш читатель разделяет Вашу позицию по отношению к той информации, которую распространяет Ваша группа?

- Я считаю, что да. В противном случае он бы не подписывался.

- Распространяется ли в Вашей группе информация по просьбе кого-либо не имеющего отношения к модерации в группе?

- Это может быть, если это в рамках формата паблика. К нам обращаются политики, НКО, люди, столкнувшиеся с беспределом, админы других сообществ.

- Как влияет Ваше сообщество на ваших подписчиков?

- Паблик формулирует отношение к происходящим событиям. Помогает формировать позицию и отношение тем, кто примерно понимает, но сам не может разложить по полочкам, ведь это мыслительный процесс, требующий времени. Нам за это благодарны

- Как Вы считаете, имеет ли Ваше сообщество авторитет в глазах Ваших читателей?

- да, безусловно

- Опираясь на что автор принимает решение о публикации новости?

- Администратор просто предлагает материал, который ему понравился. Это просто должен быть достаточно яркий и интересный материал.

- Как принимаются решения о репостах из других групп?

- Репосты из других групп мы делаем редко, если только это не наши собственные проекты.

- За счет каких факторов автор формирует свое мнение, транслирующее в группе?

- Автор формирует свое мнение на основе большого количества прочитанного им же материала. На начальном этапе авторов подбираю я на основе беседы. Таким образом я понимаю, что представляет собой мнение человека об окружающем нас мире.

- Какой вы ждете реакции от читателей сообщества на публикуемую новость?

- Ждем репостов.

- На Ваш взгляд, имеет ли право модератор через размещаемый контент транслировать собственные ценностные установки и/или политические предпочтения? А Вы транслируете?

- Есть такое понятие - редакционная политика. У каждого (даже) СМИ она есть и отличается. И речь здесь о ценностных установках издателя и редактора. В пабликах это создатель/администратор или группа администраторов. Модераторы занимаются комментариями. Кроме того, паблики бывают самые различные. Некоторые прямо создаются для поддержки каких-либо политических предпочтений. Например, паблики партий или политиков. Таким образом, проводя аналогию, этот вопрос похож на "имеют ли право администраторы продавать часы в паблике про часы?"

- Случается ли такое, что в Вашей группе распространяются новости, которые дают информацию только с одной точки зрения?

- Там открыты комментарии - там под постом масса точек зрения. В целом мы защищаем либеральный подход. К нам могут по одной теме попасть разные авторы, с отличающимися точками зрения, но всех их будет объединять то обстоятельство, что они будут защищать права человека и свободный рынок. Таким образом мы отстаиваем не точку зрения, а подходы и идеи.

- Какова основная философия Вашего сообщества?

- Не знаю на счет философии, а миссия - обращать внимание на действительно важные общественные и политические проблемы. Кроме того,

мы объединяем сторонников, показываем им, что они не одни и думающих так же вокруг много.

- Опишите типичного пользователя Вашего сообщества?

- Плохо представляю как это можно сделать.

Это люди разных возрастов, разного социального положения, из разных регионов. Их объединяют взгляды.

- Как Вы относитесь к непопулярным мнениям, которые высказывают читатели Вашего сообщества?

- Очень люблю их. они запускают дискуссию, что хорошо сказывается на рейтинге поста. Так же заставляет наших читателей думать над своей аргументацией. Противомнения и непопулярные мнения - это очень полезно. модерация у нас банит не за непопулярные мнения, а за личные оскорбления, а также за обвинения паблика в предательстве и всем таком. За это мы баним с удовольствием.

**Эксперт № 5, администратор сообщества «Русский мир, Великая Россия»**

- Как давно вы модерируете группы в социальной сети «ВКонтакте»?

- 3 года с небольшим.

- Много ли групп в социальной сети ВКонтакте находится под Вашей модерацией? Если не секрет, то какие

13 пабликов в ВК и одна страница в инстаграме:

1) <https://vk.com/club20179762>

2) <https://vk.com/public31588370>

3) <https://vk.com/public75442025>

4) <https://vk.com/public72516319>

5) <https://vk.com/public40943238>

6) <https://vk.com/public72524312>

7) <https://vk.com/public72645031>

8) <https://vk.com/public71138051>

9) <https://vk.com/public72839705>

10) <https://vk.com/public72521736>

11) <https://vk.com/public72521765>

12) [https://vk.com/russ\\_patriots](https://vk.com/russ_patriots)

13) [https://vk.com/bears\\_rus](https://vk.com/bears_rus)

Армия России [https://instagram.com/rf\\_army/](https://instagram.com/rf_army/)

- Как Вы считаете Ваш читатель разделяет Вашу позицию по отношению к той информации, которую распространяет Ваша группа?

- В большинстве своем - да, но есть и противники, и мы этому даже рады ибо это дает дополнительную информацию к размышлению.

- Распространяется ли в Вашей группе информация по просьбе кого-либо не имеющего отношения к модерации в группе?

- Да, но в 80% случаев это реклама, которая не имеет отношения к политике и новостям.

- Как влияет Ваше сообщество на ваших подписчиков?

- Они получают тематическую информацию раньше чем её покажут по ТВ, следовательно могут обсуждать ее раньше и сделать свои выводы по той или иной новости.

- Как Вы считаете, имеет ли Ваше сообщество авторитет в глазах Ваших читателей?

- Полное мнение можно проверить только опросами, но мы стремимся к этому.

- Опираясь на что автор принимает решение о публикации новости?

- Опираясь на ее достоверность.

- Как принимаются решения о репостах из других групп?

- Зачастую это согласовывается с администраторами группы из которой мы делаем репосты.

- За счет каких факторов автор формирует свое мнение, транслирующее в группе?

- В зависимости от тематики, полагаясь на мнение более опытных политиков, достоверных новостей и личных знаний.



- Какой вы ждете реакции от читателей сообщества на публикуемую новость?

- Мы не ждем определенной реакции, мы даем новости такими какие они есть.

- На Ваш взгляд, имеет ли право модератор через размещаемый контент транслировать собственные ценностные установки и/или политические предпочтения? А Вы транслируете?

- Собственные ценности - нет, политические предприятия - да. Мы транслируем в большинстве пабликов официальную политику/новости из официальных источников. Если выражаем свое мнение, то не выходим за рамки политики.

- Случается ли такое, что в Вашей группе распространяются новости, которые дают информацию только с одной точки зрения?

- У каждого человека своя точка зрения, мы распространяем новости с оптимальной точки зрения для решения той или иной проблемы/задачи.

- Какова основная философия Вашего сообщества?

- В зависимости от тематики, полагаясь на мнение более опытных политиков, достоверных новостей и личных знаний.

- Какова цель Вашего сообщества?

- Доносить заблаговременно информацию до читателя

- Как Вы относитесь к непопулярным мнениям, которые высказывают читатели Вашего сообщества?

- Нейтрально, каждый человек волен высказывать свое мнение и я не имею право запрещать делать это. Но нужно разделять троллинг от иного мнения.

**Эксперт № 6, администратор сообщества «Мировая политика, геополитика»**

- Как давно вы модерируете группы в социальной сети «ВКонтакте»?

-Около 4-х лет. Это хобби.

- Много ли групп в социальной сети ВКонтакте находится под Вашей модерацией?

- Занимаюсь "плотно" только двумя, админ даже не знаю в скольких группах, много мелких, куда друзья пригласили около 10 наверное.

[https://vk.com/world\\_policy](https://vk.com/world_policy)

<https://vk.com/geopoliticabrics>

- Как Вы считаете Ваш читатель разделяет Вашу позицию по отношению к той информации, которую распространяет Ваша группа?

- Мы читателям не навязываем свою точку зрения, они сами должны думать и решать, что отвечает их ожиданиям, а что - нет. Комментарии в группе открыты, свою позицию может выразить каждый. Если бы не поддерживали - они бы выходили из неё.

- Распространяется ли в Вашей группе информация по просьбе кого-либо не имеющего отношения к модерации в группе?

- Бывает такое. Так все группы обмениваются той или иной информацией, взаиморепостами и т. д.

- Как влияет Ваше сообщество на ваших подписчиков?

- Мы надеемся у них складывается объективное отношение к мировым процессам и событиям.

- Как Вы считаете, имеет ли Ваше сообщество авторитет в глазах Ваших читателей?

- Безусловно да.

- Опираясь на что автор принимает решение о публикации новости?

- На её важность, если новость способна повлиять на судьбы многих людей, она у нас появляется. Всё второстепенное отсекается. Исключения статьи - аналитика — это игра в рулетку часто. Можно сказать, это рассказы для взрослых.

- На Ваш взгляд, имеет ли право модератор через размещаемый контент транслировать собственные ценностные установки и/или политические предпочтения? А Вы транслируете?

- Модератор ничем не ограничен. И вправе транслировать что пожелает.
- Другое дело - как к этому отнесётся аудитория. Мы иногда транслируем.
- Какие Вы транслируете ценностные установки?
- Традиционные семейные ценности, освещение важных исторических событий - преемственность поколений и почитание предков и героев Отечества. Ну и развенчание мифов и лжи западных структур о России.
- Случается ли такое, что в Вашей группе распространяются новости, которые дают информацию только с одной точки зрения?
- У многих событий не может быть двойной трактовки, правда, как говорится - одна. Двойная трактовка - это путь к дискуссии, мы не мешаем обсуждать событие. И участвуем в обсуждениях как обычные подписчики.
- Как принимаются решения о репостах из других групп?
- Если подходящий контент и данной темы не было, то взаимный обмен делается - как у всех.
- За счет каких факторов автор формирует свое мнение, транслирующее в группе?
- Авторские материалы не ежедневны. Большая часть контента найдена на просторах Рунета, ссылки указываются (у нас) всегда
- Какой вы ждете реакции от читателей сообщества на публикуемую новость?
- В первую очередь, адекватной. Когда люди понимают происходящее, и комментируют факты, а не пересказывают байки и фейки
- Какова основная философия Вашего сообщества?
- Расширение кругозора людей и большее понимание происходящих процессов.
- Какова цель Вашего сообщества?
- Донесения самых интересных и важных событий до людей, поскольку не все смотрят ТВ и на ТВ информация может отличаться от нашей.
- Опишите типичного пользователя Вашего сообщества?
- Взрослая, думающая, в возрасте от 30 лет.

- Как Вы относитесь к непопулярным мнениям, которые высказывают читатели Вашего сообщества?

- Нормально. истина рождается в споре. есть только 1 условие - если спорите - подтверждайте фактами свои слова

**Эксперт № 7, администратор сообщества «Мировая политика**

- Как давно модерлируете группы в социальной сети «ВКонтакте»?

- Около 1 года

- Много ли групп в социальной сети ВКонтакте находится под вашей модерацией?

- Кроме пары местных - только мировая.

- Как Вы считаете Ваш читатель разделяет Вашу позицию по отношению к той информации, которую распространяет Ваша группа?

- Насчёт разделения позиции - мы не армия из инкубатора, у человека свое мнение должно быть, соответственно если с нами соглашаются и благодарят - значит делаем правильно. Человек, которому не нравится, выскажет свое мнение с большей вероятностью

- Распространяется ли в Вашей группе информация по просьбе кого-либо не имеющего отношения к модерации в группе?

- Информация подбирается на наше усмотрение, иногда это репосты из других групп, а иногда просто инфа со сторонних источников.

- Как влияет Ваше сообщество на ваших подписчиков?

- Мы не проводим подобные исследования. Однако, некоторые материалы заставляют, судя по комментариям, некоторых искать между строк. Т.е. думать. Это, естественно, радует. Но я не могу знать, насколько это повлияло. Может быть кто-то начал учить историю, а кто-то просто поумничал в комментариях. Надеюсь, что заставил думать.

- Как Вы считаете, имеет ли Ваше сообщество авторитет в глазах Ваших читателей?

- Мы не проводим таких исследований. Иногда, интереса ради, слежу за судьбой эксклюзивных материалов. Растягивают и, иногда, воруют. А это значит имеет и авторитет у читателей и у других администраторов.

- Как принимаются решения о репостах из других групп?

- Если информация подходит под тематику и администраторы не против.

- За счет каких факторов автор формирует свое мнение, транслирующее в группе?

- В нашей группе сформировался определенный контингент, который ждет новостей, не о том, как Путин гладит коал, а чего-то более важного. Поэтому в первую очередь мы отталкиваемся от ожиданий читателей

- Какой вы ждете реакции от читателей сообщества на публикуемую новость?

- Мы просто доносим информацию.

- На Ваш взгляд, имеет ли право модератор через размещаемый контент транслировать собственные ценностные установки и/или политические предпочтения? А Вы транслируете?

- Имеет. Но нужен внутренний цензор. Не политический, что важно, а моральный. Мы транслируем периодически.

-А какие, к примеру, ценностные установки транслируешь ты? И какие внутренние чувства влияют на это?

- Единство, память, знание истории, пользование мозгами. Из внутренних чувств - никогда не анализировал. Новостным сюжет стараемся не предавать ценностной окраски. Вот пример.

- Случается ли такое, что в Вашей группе распространяются новости, которые дают информацию только с одной точки зрения?

- Мы описываем события такими, какими они являются на самом деле. Поскольку куда больше отзывов положительные - делаем правильно 13. Какова основная философия Вашего сообщества?

- Наша Группа для многих может являться сложной для восприятия, и ваше нахождение в ней говорит о том, что ваш IQ явно выше среднего, с чем

Вас можно поздравить и одновременно поблагодарить за присоединение к нам, мы уважаем умных людей. Несмотря на явную пророссийскую направленность, в группе могут появляться "неудобные" материалы (иногда сомнительные, но мы публикуем их для того, чтобы вы разобрались) по военно-политической направленности России. Ссылка на источник указывается во всех случаях, исключения - наши собственные статьи и материалы. Мы патриоты, но каждый админ по разному это видит, единение заключается в желании видеть нашу Родину Великой. Поэтому либеральное, ничем не обоснованное говно у нас можно не искать - только объективная информация, именно с позиции объективности мы позволяем себе выкладывать "неудобные" статьи. Админы против расизма, терроризма, войн, либерализма, лгбт, однозначно, мы против США и глобалистов. Основной упор в группе сделан на международные отношения, войны, конфликты, вооружения России, освещение материалов иностранных СМИ о нашей стране. В группе планируются изменения в обсуждениях, туда будут добавлены новые разделы, включая ссылки на самые интересные СМИ, группа может стать для многих стартовой страницей, поскольку это будет удобно. Наши подписчики уже привыкли, что мы часто ставим иллюстрации высочайшего качества к постам, так будет делаться и дальше. Планируется создание альбомов с военной техникой России, включая создание альбомов с фотографией КАЖДОГО корабля указанного флота, все 4 флота РФ будут представлены реальной фотографией в самом лучшем качестве, в котором мы сможем отыскать. Появятся альбомы с авиацией, сухопутными войсками и т. д. Если у кого-то есть фото в отличном качестве - пишите в комментариях (направленность), мы с вами свяжемся. Когда у вас нет возможности прочитать интересную статью или посмотреть ролик сегодня, делайте репост к себе на страницу, чтобы не забыть, потом удалите. Мы отбираем лучшие статьи и знаковые новости, часто размещаем их раньше других, иногда даже опережая официальные СМИ. Напоминаем - пишите и скидывайте ссылки на

другие материалы только там, где ведется обсуждение именно по этой тематике.

- Как Вы относитесь к непопулярным мнениям, которые высказывают читатели Вашего сообщества?

- С уважением, если они подкреплены фактам

**Эксперт № 8, администратор сообщества «Лентач»**

- Как давно вы модерлируете группы в социальной сети «ВКонтакте»?

- С 2012 года.

- Много ли групп в социальной сети ВКонтакте находится под Вашей модерацией?

- В данный момент я занимаюсь Лентачем. В разное время были разные группы. Самые большие - это Образовач, Филиал Одноклассников, был опыт создания контента для группы журнала Maxim.

- Как Вы считаете Ваш читатель разделяет Вашу позицию по отношению к той информации, которую распространяет Ваша группа?

- Так как группа растёт и каждый день к нам присоединяются сотни новых читателей, мне кажется, что да.

- Распространяется ли в Вашей группе информация по просьбе кого-либо не имеющего отношения к модерации в группе?

- Да. Иногда нам занимательные новости присылают подписчики через предложить новость.

- Как влияет Ваше сообщество на ваших подписчиков?

- Расширяет их кругозор.

- Как Вы считаете, имеет ли Ваше сообщество авторитет в глазах Ваших читателей?

- Считаю, что имеет.

- Опираясь на что автор принимает решение о публикации новости?

- Принцип важности, принцип "фановости", принцип парадоксальности

- Как принимаются решения о репостах из других групп?

- Видач наш проект, мы его репостим. Системных репостов у нас вроде нет никаких помимо него. Иногда репостим крутые проекты, как Проект1917, но это довольно редко.

- За счет каких факторов автор формирует свое мнение, транслирующее в группе?

- Сложно сказать, у всех авторов различный жизненный опыт, поэтому интерпретация инфоповодов может быть различной. Но так как на смене несколько человек- их задача прийти к общему знаменателю. Или его подвожу я.

- На Ваш взгляд, имеет ли право модератор через размещаемый контент транслировать собственные ценностные установки и/или политические предпочтения? А Вы транслируете?

- Смотря какая группа. Обычно есть редакционная политика, которой необходимо следовать. В неё могут входить "ценностные установки", которые сложились за время существования издания, которые привлекли читателя и которые отвечают его требованиям. Отсюда следует ответ на ваш последующий вопрос: редактор - проводник этих установок и в нашем случае его особый взгляд может быть как-то отражён, но он не будет радикально отличаться от общей политики издания. Если получится ситуация, когда редактор выпускающий перегибает палку (а такое случается), то он обычно или штраф, или выговор получает или увольняется. Это касается шуток про смерти/расизм/отношений полов и т.д.

- А Вы транслируете? Какие к примеру ценностные установки сложились в Вашем издании?

- У нас политическая сатира, скептицизм, здравый смысл, неприятие любых форм ограничения свободы личности.

- Случается ли такое, что в Вашей группе распространяются новости, которые дают информацию только с одной точки зрения?

- Формат нашего контента - это подводка, ироническая/сатирическая картинка и ссылка на статью. Наше отношение к происходящему выражается



в картинке, поэтому можно сказать, что почти все наши посты имеют одну точку зрения (нашу), так как две и более точек зрения уместить не позволяет формат подачи материалов.

- Какой вы ждете реакции от читателей сообщества на публикуемую новость?

- Обычно такой же, какая реакция и у нас возникает. Лайков, репостов, бурного обсуждения в комментариях.

- Какова основная философия Вашего сообщества?

- Она сформулирована во фразе "Пропаганда здравого смысла".

**Эксперт № 9, администратор сообщества «НАША политика»**

- Как давно вы модерлируете группы в социальной сети «ВКонтакте»?

- 3 года.

- Много ли групп в социальной сети ВКонтакте находится под Вашей модерацией?

- 3 группы в ВК.

- Как Вы считаете Ваш читатель разделяет Вашу позицию по отношению к той информации, которую распространяет Ваша группа?

- Если бы подписчику было не интересно, он не был бы подписчиком. Однако, случается, что забегают провокаторы.

- Распространяется ли в Вашей группе информация по просьбе кого-либо не имеющего отношения к модерации в группе?

- Нет. Мы не распространяем рекламу и решение о публикации принимаем самостоятельно.

- Как влияет Ваше сообщество на ваших подписчиков?

- Надеюсь, что оно расширяют кругозор.

- Как Вы считаете, имеет ли Ваше сообщество авторитет в глазах Ваших читателей?

- Это нужно у подписчиков спрашивать. Нам было бы приятно, если бы авторитет все же был.

- Опираясь на что автор принимает решение о публикации новости?

- Смотрит подходит ли материал к тематике проекта.
- Как принимаются решения о репостах из других групп?
- Редактор смотрит, что бы контент подходил.
- На Ваш взгляд, имеет ли право модератор через размещаемый контент транслировать собственные ценностные установки и/или политические предпочтения? А Вы транслируете?
- Имеет право согласно закону РФ. Но я считаю, что должен быть жесткий контроль СМИ, ТВ и всего что транслирует какие-либо идеи. Должна быть идеология, которая должна распространяться как государственная. Наш контент направлен на ссылки на сторонние источники, поэтому мы свое мнение не транслируем.
- Случается ли такое, что в Вашей группе распространяются новости, которые дают информацию только с одной точки зрения?
- Новости не могут быть с какой-то стороны. Новость - это факт.
- За счет каких факторов автор формирует свое мнение, транслирующее в группе?
- У нас статьи из СМИ. Мы даем только ссылки, а свое мнение не транслируем.
- Какой вы ждете реакции от читателей сообщества на публикуемую новость?
- Благодарность за прочитанный материал в виде отметки "мне нравится".
- Какова основная философия Вашего сообщества?
- Обратить внимание людей на то что Россия развивается, но не сама по себе, а благодаря тем, кто трудится и совершает героические поступки. Хочешь жить лучше - иди работай.
- Какова цель Вашего сообщества?
- Она совпадает с ответом на предыдущий вопрос.
- Опишите типичного пользователя Вашего сообщества?
- Взрослый, думающий человек.

- Как Вы относитесь к непопулярным мнениям, которые высказывают читатели Вашего сообщества?

- Никак. За это мы не блокируем, подобные мнения рожают диалог в комментариях.

**Эксперт № 10, администратор сообщества «...»**

- Как давно вы модерируете группы в социальной сети «ВКонтакте»?

- Не меньше 5 лет.

- Много ли групп в социальной сети ВКонтакте находится под Вашей модерацией?

- Сейчас нет, 2 крупных группы. Одна из которых информационная война. Раньше было по 9 групп одновременно на модерации.

- Распространяется ли в Вашей группе информация по просьбе кого-либо не имеющего отношения к модерации в группе?

- Платная реклама. Так же любой пользователь может оставить свою запись на стене.

- Как влияет Ваше сообщество на ваших подписчиков?

- Определенно развивает их, даже немного приоткрывает глаза.

- Как Вы считаете, имеет ли Ваше сообщество авторитет в глазах Ваших читателей?

- Нам не нужен авторитет, главное, что они читают наши записи и развиваются благодаря им.

- Опираясь на что автор принимает решение о публикации новости?

- На мнение редакции.

- Как принимаются решения о репостах из других групп?

- Либо это платные репосты, либо по договору администраторов.

- На Ваш взгляд, имеет ли право модератор через размещаемый контент транслировать собственные ценностные установки и/или политические предпочтения? А Вы транслируете?

- Мы пытаемся открывать глаза наших читателей на подобные случаи, поэтому мы не транслируем. Однако, запретить этого другим администраторам не можем.

- Случается ли такое, что в Вашей группе распространяются новости, которые дают информацию только с одной точки зрения?

- Нет. Мы стараемся осветить все стороны.

- Как Вы считаете Ваш читатель разделяет Вашу позицию по отношению к той информации, которую распространяет Ваша группа?

- Нашу позицию можно назвать нейтральной. Читатели чаще занимают, какую-либо из сторон.

- За счет каких факторов автор формирует свое мнение, транслирующее в группе?

- Анализ источников информации, достоверность.

- Какой вы ждете реакции от читателей сообщества на публикуемую новость?

- Поддержки либо обсуждения в комментариях.

- Какова основная философия Вашего сообщества?

- Я уже несколько раз говорила, мы стремимся развенчивать мифы и открывать людям глаза на то как манипулируют ими.

- Опишите типичного пользователя Вашего сообщества?

- Аудитория за 25

- Как Вы относитесь к непопулярным мнениям, которые высказывают читатели Вашего сообщества?

- Положительно.